

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В. Н. КАРАЗІНА

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

КУЗНЕЦОВА ОЛЬГА ВОЛОДИМИРІВНА

УДК: 81'282:80

ДИСЕРТАЦІЯ
ПОСТМОДЕРНІСТСЬКИЙ КОМІЧНИЙ ІДЮДИСКУРС
ДЕЙВА БАРРІ

Спеціальність 10.02.04 – германські мови

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ О. В. Кузнецова

Науковий керівник: Самохіна Вікторія Опанасівна, доктор філологічних наук,
професор

Харків – 2019

АНОТАЦІЯ

Кузнєцова О. В. Постмодерністський комічний ідіодискурс Дейва Баррі.

– Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук за спеціальністю 10.02.04 – германські мови. – Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України. – Харків, 2019.

Дисертацію присвячено виявленню функціональних, комунікативних і текстових властивостей комічного ідіодискурсу сучасного американського письменника-гумориста Дейва Баррі. Ідіодискурс визначається як зразок вербальної та невербальної поведінки креативної дискурсивної особистості в комунікативному просторі з урахуванням екстралінгвальних факторів. Креативна дискурсивна особистість характеризується оригінальністю, інтересом до парадоксів, дивергентним мисленням, дотепністю.

Актуальність роботи полягає у зверненні до функціонально-комунікативної стилістики тексту як напряду комунікативної лінгвістики, в межах якої вивчаються функції тексту в комунікативній діяльності, а також мовні одиниці в залежності від їх комунікативної мети в певних типах тексту та дискурсу. Актуальність роботи також обумовлена впливом карнавальної культури на дискурсивну діяльність автора-коміка. Специфіка карнавалізації проявляється в ігровому порушенні мовних норм креативними вербальними та невербальними засобами.

Об'єктом дослідження є постмодерністський комічний ідіодискурс американського письменника Дейва Баррі, а предметом – компоненти його ідіостиллю, зокрема, взаємозв'язок з функціями і постмодерністськими прийомами створення комічного.

Метою дослідження є аналіз специфіки постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі з огляду на взаємодію текстово-дискурсивних складових та постмодерністських прийомів, а також у встановленні ролі тема-

рематичного механізму у створенні комічного ефекту.

Матеріал дослідження становлять 2716 дискурсивних фрагментів, отриманих у результаті суцільної вибірки з комічних художніх текстів Дейва Баррі, скриптів і субтитрів відеозаписів його інтерв'ю та публічних виступів (1999 – 2019 рр.) загальною тривалістю більше 20,5 годин, що перебувають у вільному доступі на відеохостингу YouTube.

Наукова новизна роботи зумовлюється тим, що в дисертаційному дослідженні вперше виокремлено постмодерністський комічний ідіодискурс сучасного американського письменника-гумориста Дейва Баррі. Доведено, що в основу ідіодискурсу покладено поняття креативності як індивідуальної здатності автора по-новаторськи передавати власні ідеї. З'ясовано, що комічний ідіодискурс є проявом карнавальної свідомості автора, яка виражається в креативних образах, темах, сюжетах. Установлено функції комічного ідіодискурсу в залежності від комунікативної мети Дейва Баррі (розважити адресата, розкритикувати, висміяти соціальні, політичні, культурні аспекти певного суспільства). Вперше виявлено та застосовано тема-рематичний механізм комічного, сутність якого полягає в напруженості, яка регулює динамічне переміщення комічної інформації в художньому тексті.

Теоретична значущість роботи полягає в тому, що її результати роблять внесок у теорію дискурсу (визначення статусу комічного ідіодискурсу, виявлення сутності дискурсивної категорії «образ автора» і функцій комічного ідіодискурсу); лінгвістику тексту (залучення тема-рематичного механізму комічного до аналізу художнього тексту); лінгвостилістику (встановлення прагматистичного потенціалу художнього тексту) та теорію інтертекстуальності (виділення інтертекстуальних компонентів, які створюють комічний ефект).

Практична цінність отриманих результатів зумовлена можливістю їх застосування у викладанні лекційних курсів зі стилістики англійської мови (розділи «Стилїстика тексту», «Функціональні стилї», «Стилїстична семасїологїя»), лїнгвокраїнознавства (розділ «США: Країна й люди»),

у спецкурсах «Аналіз дискурсу», «Основи лінгвістичної теорії тексту та комунікації», «Інтерпретація тексту», при написанні дисертаційних досліджень, магістерських і курсових робіт.

У першому розділі «Теоретико-методологічні передумови дослідження постмодерністського комічного ідіодискурсу» доведено доцільність залучення функціонально-комунікативного напрямку до вивчення ідіодискурсу; визначено особливості постмодерністського комічного ідіодискурсу; викладено теоретико-методологічні засади дослідження.

Методологічною основою дослідження ідіодискурсу є функціонально-комунікативна стилістика тексту, яка інтегрує набутки функціонального та комунікативного підходів, тобто уможлиблює аналіз функціонування тексту у комунікації, зокрема стосунки автора й адресата у різних ситуаціях спілкування. Автор як головний антропоцентр ідіодискурсу – це особистість, якій властивий лінгвокреативний тип мислення, що відображається в темах, сюжетах, мовних засобах, а також у композиції художніх текстів. Мовні та немовні форми прояву свідомості автора в ідіодискурсі представлені категорією «образ автора» – дискурсивною категорією, що є ідейно-стилістичним центром його творчості. Автор комічного ідіодискурсу – це людина граюча (*Homo Ludens*), яка творить карнавальну модель світу, в якій демонструє власні комунікативні вміння прийомками гри, інтертекстуальністю, пародіюванням. Комунікативно-культурний простір у комічному ідіодискурсі розкривається в змінненні масок. Маска як атрибут карнавалу допомагає автору перевтілитись у коміка і за допомогою вербальних та невербальних засобів залучити адресата до карнавального дійства. Карнавалізація ідіодискурсу виражається в полікодовій організації художніх текстів, тобто полістилістичними та полісеміотичними прийомками.

У другому розділі «Функціонально-комунікативна спрямованість постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі» встановлено функції, дискурсивні характеристики суб'єктів комічного ідіодискурсу, а також специфіку екстралінгвального контексту комічного ідіодискурсу Дейва Баррі.

Макрофункцією комічного ідіодискурсу Дейва Баррі є комунікативна функція, яка має усну і письмову форми прояву та відображає комунікативні наміри Дейва Баррі й адресата. Комунікативна макрофункція складається з трьох етапів: встановлення, підтримання та завершення комунікації. В усній комунікації, для комплексного впливу на адресата, Дейв Баррі поряд з вербальними задіює невербальні коди комунікації. У письмовій комунікації Дейв Баррі вживає графічні засоби: гру зі шрифтами, капіталізацію, подвійні відступи між рядками.

До мікрофункцій належать: емоційно-експресивна, темо-перемикальна, критична та функція детабуїзації. Виділені функції реалізуються у комічному ідіодискурсі Дейва Баррі локально, тобто в конкретних ситуаціях, де для досягнення комічного ефекту автор використовує лексичні та стилістичні засоби.

Емоційно-експресивна мікрофункція ґрунтується на встановленні емоційного зв'язку між комунікантами для експресивного вираження автором суб'єктивної оцінки. Темо-перемикальна функція ґрунтується на зміні тональності під час комунікації з серйозної на гумористичну, а також у навмисному різкому переході з однієї теми на іншу. Зміна тональності в усному мовленні супроводжується невербальними маркерами – серйозний вираз обличчя змінює посмішка, сміх. Критична функція репрезентує особисте негативне ставлення Дейва Баррі до соціальних, політичних, релігійних, культурних питань, що хвилюють американське суспільство. Функція детабуїзації реалізується письменником у застосуванні американізмів, обценної лексики, сленгу протягом спілкування на табуйовані теми: смерть, секс, наркотики, релігія. Сутність цієї функції криється в знятті емоційної напруги між комунікантами для створення невимушеної, дружньої атмосфери.

У комічному ідіодискурсі Дейва Баррі виділено три типи адресатів: індивідуальний, колективний та масовий. Індивідуальний адресат – це дискурсивна особистість, яка перебуває у безпосередніх діалогічних відносинах з Дейвом Баррі. До цього типу належать журналісти, теле- та радіоведучі. Колективного адресата представлено групою людей, об'єднаних спільним

інтересом – творчістю Дейва Баррі, професією. Колективним адресатом є учасники зустрічей з автором, книжкових ярмарків, публічних зібрань та делегати конференцій. До масового адресату відносимо читачів, телеглядачів, радіослухачів, користувачів мережі Інтернет.

На комунікацію між Дейвом Баррі й адресатом впливає ситуативний контекст, який має три виміри: фізичний, соціально-психологічний та часовий. Фізичний вимір – це повсякденні (поїздка громадським транспортом, відвідування парку розваг, музею) та інституційні (перебування в університеті, школі) ситуації спілкування. Соціально-психологічний вимір ґрунтується на усвідомленні комунікантами власних соціальних ролей: Дейв Баррі – учасник інтерв'ю, спікер; адресат – інтерв'юер, глядач – та вираженні емоцій під час комунікації, що реалізується у сміховій реакції, оплесках, дружньому рукостисканні, поплескуванні по плечу. Часовий вимір репрезентує часово-просторові координати комунікації, історичні умови, суспільно-політичні обставини.

Третій розділ «Креативна полістилістика постмодерністських комічних художніх текстів Дейва Баррі» присвячено принципу роботи тема-рематичного механізму комічного та опису характерних рис інтертекстуальних зв'язків як постмодерністських технік.

Тема-рематичний механізм комічного полягає в динамічному переміщенні комічної інформації від теми до реми. Інформація, представлена в темі, репрезентує налаштованість автора на комізм і реалізує її у формі емоційної сміхової реакції в ремі. В основу тема-рематичного механізму комічного покладено напруженість, яка залежить від інтенції Дейва Баррі, його налаштованості на комічний перебіг комунікації, доречності вжитих ним вербальних та невербальних засобів комічного та здатності викликати в адресата інтерес (текстовий, ситуативний, когнітивний).

Установлено, що тема та рема в межах певного комічного смислового відрізка тексту зв'язані контактено або дистантно. Контактному типу зв'язку відповідають тексти, в яких тема та рема знаходяться в межах абзацу або суміжних абзаців. Дистантний тип зв'язку є характерним для комічних художніх

текстів, де тема та рема розташовані в тексті довільно. Тема-рематичний механізм комічного виділено на обкладинках художніх книжок Дейва Баррі. Тема представлена у назві книги, а малюнок інтерпретує комічну сутність реми.

Полікодова організація постмодерністських комічних художніх текстів Дейва Баррі ґрунтується на інтертекстуальних елементах: алюзії (біблійній, міфологічній, літературній, історичній, побутовій), пародії (на сюжет легенди, історичний факт, офіційний документ), стилізації (під байку, міф, підручник з історії, підручник з граматики, наукову статтю, математичну формулу та стилізацію, що відтворює різні соціально-мовленнєві стилі), цитаті (пряма і видозмінена) та реалії (етнографічні, суспільно-політичні та ономастичні). Поряд із інтертекстуальними елементами в комічних художніх текстах автор використовує прецедентні феномени: імена (письменників, художників, політичних діячів, науковців, героїв літературних творів) та ситуації (історичні, наукові, побутові). Від наявності фонових знань залежить успішність інтерпретації комічних елементів відповідно до сфери їх ужитку.

Ключові слова: Дейв Баррі, дискурсивна особистість, карнавалізація, комічний ідіодискурс, креативність, маска, полікодовість, постмодерністський комічний художній текст, тема-рематичний механізм комічного, функціонально-комунікативний напрям.

ABSTRACT

Kuznietsova O. V. Postmodern comic idiodiscourse of Dave Barry. – Thesis. Manuscript.

Thesis for a Candidate's Degree in Philology: Speciality 10.02.04 'Germanic Languages'. – Vasyl Karazin Kharkiv National University, Ministry of Education and Science of Ukraine. Kharkiv, 2019.

This thesis focuses on the study of functional, communicative and textual features of comic idiodiscourse of modern American writer Dave Barry. Idiodiscourse is defined as a form of verbal and non-verbal behaviour of a discourse identity in a particular communicative space characterized by extralinguistic issues. The key feature of

idiodiscourse is creativity which presupposes originality, paradoxicality, divergent thinking and wittiness.

The relevance of the paper is enhanced by its appurtenance to functional-communicative text stylistics as an approach in communicative linguistics within the sphere of which functions of the text in communication and also linguistic units depending on their communicative goal in certain types of text and discourse are studied. The relevance of this thesis is also attributed to the influence of carnival culture on the discursive practice of the comic author. Specificity of carnivalization is in ludic violation of language norms through creative verbal and non-verbal means.

The object-matter is postmodern comic idiodiscourse of Dave Barry, the subject-matter are components of Dave Barry's idiostyle in its relation to the functions and postmodern techniques of the comic.

This thesis is aimed at revealing specific features of postmodern comic idiodiscourse of Dave Barry, which envisages a study of text-discursive components interaction and postmodern techniques as well as establishing the role of the theme-rheme mechanism in creating the comic effect.

The sample comprises 2716 discursive fragments selected from comic literary texts by Dave Barry as well as scripts and subtitles of his interviews and public speeches (1999 – 2019), available on YouTube (total duration is 20.5 hours).

The study of postmodern comic idiodiscourse of modern American writer Dave Barry is novel since it has not been the subject of linguistic analysis before. Idiodiscourse grounds on the notion of creativity understood as the author's ability to express his ideas in a non-conventional way. Comic idiodiscourse is shown to rely on the author's carnival mentality which reveals itself in creative images, themes and plots. The functions of comic idiodiscourse are established with regard to the communicative purpose of Dave Barry (to entertain the audience, to criticize certain people and/or phenomena, to make fun of social, political, and cultural aspects of a certain society). This research is the first of its kind to single out and apply the theme-rheme mechanism based on comic tension which regulates a dynamic movement of comic information in a literary text.

The theoretical value of the thesis is that its results are a contribution to the discourse theory (defining of the status of comic idiodiscourse, establishing the essence of the discourse category “author’s image” and functions of comic idiodiscourse); text stylistics (implementing the theme-rheme mechanism of creating comic in the analysis of literary text); linguistic stylistics (establishing pragmastylistic potential of literary texts) and theory of intertextuality (emphasizing intertextual components that cause the comic effect).

The applied value of the obtained results is determined by the prospects of their use in the lecture courses on English stylistics (themes ‘Text Stylistics’, ‘Functional Styles’, ‘Stylistic Semasiology’), linguistic British and American studies (theme ‘The USA: the Country and the People’), in optional courses ‘Discourse Analysis’, ‘Basis of Linguistic Theory of Text and Communication’, ‘Text Interpretation’ as well as in PhD research, further graduate and postgraduate research.

In the first chapter of the thesis “Theoretical and Methodological Grounds for Investigation of Postmodern Comic Idiodiscourse” inclusion of functional-communicative approach in idiodiscourse analysis is proved, special characteristics of postmodern comic idiodiscourse are determined, theoretical and methodological principles of the analysis are substantiated.

The methodological basis of idiodiscourse is the functional-communicative text stylistics which integrates the results of the functional and communicative approaches that enables analysis of the text functioning in communication, in particular, relations between the author and the addressee in different communicative situations. The author as the main anthropocentre of idiodiscourse is a person characterized by a linguo-creative type of thinking which is reflected in the writer’s literary texts through themes, plot, linguistic means and also in composition. Linguistic and nonlinguistic forms of manifestation of the author’s mentality in idiodiscourse are represented by the category “author’s image” – a discourse category that is an ideological and stylistic centre of his creative work. The author of idiodiscourse is Homo Ludens, who creates a carnival model of the world in which he expresses his own communicative skills with playing techniques, intertextuality, parody. Dave Barry’s communicative and cultural space in

comic idiodiscourse is revealed in exchange of masks. The mask as an attribute of a carnival helps the author to change into a comedian and engage the addressee into a carnival action through verbal and non-verbal means. Carnivalization of idiodiscourse is determined by the polycode organization of literary texts that is polystylistic and polysemiotic means.

In the second chapter “Functional and Communicative Focus of Postmodern Comic Idiodiscourse of Dave Barry” functions, discursive characteristics of communicants and basic features of extralingual context are brought out.

The communicative macrofunction of comic idiodiscourse has oral and written forms of expression and displays communicative intentions of Dave Barry and the addressee. Communicative macrofunction is subdivided into three stages: establishment, maintenance and end of communication. In oral communication, Dave Barry along with verbal codes of communication uses non-verbal ones to fully influence his addressee. In written communication Dave Barry uses graphic means: a game with fonts, capitalization, double margins between lines.

The microfunctions include: emotional-expressive, theme-switching, critical and detabooing functions. These functions are actualized in comic idiodiscourse of Dave Barry in specific situations where the author uses lexical and stylistic means to achieve comic effect.

The emotional-expressive microfunction is used to establish emotional connection between communicants for emotional expression of the author's subjective opinion. The theme-switching function aims at changing tonality during communication from serious to humorous as well as purposeful quick change of the theme. Change of tonality is accompanied by non-verbal markers – a serious facial expression changes into a smile, laughter. Dave Barry expresses his negative attitude towards social, political, religious, cultural issues of concern to the American society through the critical function. The detabooing function is expressed by the writer in Americanisms, obscene words, slang during communication on taboo topics: death, sex, drugs, religion. This function focuses on removing emotional stress between communicants to create a relaxed, friendly atmosphere.

Comic idiodiscourse of Dave Barry comprises three types of addressees: individual, collective, and mass. The individual addressee is a discourse identity who is engaged in close dialogue with Dave Barry. This type includes journalists, TV and radio broadcasters. The collective addressee is a group of people who share a common interest – Dave Barry's writing, profession etc. The collective addressee is represented by participants of meetings with the author, book fairs, public meetings and conference delegates. The mass addressee is the society itself. Readers, viewers, radio listeners, Internet users correspond to the mass addressee.

Communication between Dave Barry and the addressee is influenced by situational context which involves three spaces: physical, social-psychological and time. Physical space is everyday (travelling by public transport, visiting pleasure ground, museums) and institutional (staying at the university, school) communicative situations. Social-psychological space grounds on realization of social roles by the communicants: Dave Barry – respondent, speaker; the addressee – an interviewer, a spectator and on the expression of emotions during communication that is in joking, applauses, friendly handshake, clapping on the shoulder. Time space represents location, historical conditions, social and political circumstances.

The third chapter "Creative Polystylistics of Postmodern Comic Literary Texts by Dave Barry" deals with the principle of the theme-rheme mechanism of creating comic and peculiarities of intertextual connections as postmodern techniques.

The theme-rheme mechanism is a dynamic move of the information from theme to rheme. Information stated in the theme represents the author's intention to create comic and is actualized in the form of emotional reaction of laughter in the theme. The theme-rheme mechanism of comic in the postmodern texts by Dave Barry is based on tension which depends on Dave Barry's intention, his willingness to have comic communication, the propriety of used verbal and non-verbal comic means and ability to provoke the addressee's interest (textual, personal, cognitive).

A theme and a rheme within certain comic notional text fragment are connected in a contact or a distant way. Contact connection means that a theme and a rheme are singled out in the same paragraph or adjoining ones. Distant connection is peculiar for

comic literary texts in which a theme and a rheme are found at random. The theme-rheme mechanism functions on the covers of the comic books by Dave Barry. A theme is presented in the book title and a rheme is interpreted by the comic sense of the picture.

Polycode organization of the postmodern comic literary texts by Dave Barry is presented by intertextual elements as allusion (biblical, mythological, literal, historical, and everyday), parody (on a legend, historical fact, official document), stylization (on a fable, myth, history manual, grammar reference, scientific article, math formula), citation (direct and transformed), culture-specific concepts (ethnographic, sociopolitical and onomastic). Together with the intertextual elements in the comic literary texts the author uses precedent phenomena: precedent names (of writers, painters, politicians, scientists, literary characters) and situations (historical, scientific, everyday). Successful determination of the comic elements in accordance with a sphere of their usage depends on the presence of background knowledge.

Key words: Dave Barry, discourse identity, carnivalization, comic idiodiscourse, creativity, functional-communicative approach, mask, polycode, postmodern comic literary text, theme-rheme mechanism of the comic.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації

1. Кузнєцова О. В. Ідіодискурс Дейва Баррі в антропоцентричній парадигмі сьогодення. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «філологічна»*. 2016. Вип. 61. С. 259–261.
2. Кузнєцова О. В. Тема-рематична прогресія як когнітивний механізм комічного. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Methodика викладання іноземних мов»*. 2017. Вип. 86. С. 118–124.
3. Кузнєцова О. В. Мовленнєва маска як засіб перевтілення автора комічного ідіодискурсу. *Філологічні трактати*. 2017. Т. 9. №4. С. 46–54.
4. Самохіна В. О., **Кузнєцова О. В.** Ідіодискурс як прояв лінгвокреативного мислення автора в карнавальній свідомості (на матеріалі художніх текстів американського письменника Дейва Баррі). *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*. 2017. Вип. 16. С. 207–217. *(Особистий внесок здобувача полягає в опрацюванні та систематизації фактичного та ілюстративного матеріалів)*
5. Кузнєцова О. В. Реалізація комунікативної функції у комічному ідіодискурсі Д. Баррі. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Methodика викладання іноземних мов»*. 2018. Вип. 87. С. 114–120.

Наукова праця в зарубіжному спеціалізованому виданні

6. Kuznietsova O. V. The Role of the Creolized Text in Dave Barry's Comic Idiodiscourse. *Science and Education a New Dimension. Philology*. Budapest, 2017. Vol. 41, Issue 145. P. 21–23.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

7. Кузнєцова О. В. Полістилістичний бриколаж у постмодерністській свідомості. *Сучасна англістика: до 85-річчя кафедри англійської філології*: матеріали VI міжнар. наук. форуму (Харків, 23 вересня 2015 р.). Харків, 2015. С. 60–62.
8. Кузнєцова О. В. Креативність як невід’ємна риса карнавального дискурсу. *Сучасна іноземна філологія: дослідницький потенціал*: матеріали VII міжнар. наук. форуму (Харків, 23 листопада 2016 р.). Харків, 2016. С. 87–89.
9. Кузнєцова О. В. Комічний ідіодискурс творчої особистості Дейва Баррі. *Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація*: матеріали XVI наук. конф. з міжнар. участю (Харків, 3 лютого 2017 р.). Харків, 2017. С. 61–62.
10. Kuznietsova O. Creolized Book Cover as an Element of Dave Barry’s Comic Idiodiscourse. *Papers of the 8th Łódź Symposium: New Developments in Linguistic Pragmatics* (Łódź, 15–17 May 2017). Łódź, 2017. P. 73–74.
11. Самохіна В. О., **Кузнєцова О. В.** Лінгвокреативність автора в карнавальній свідомості. *Світ мови – світ у мові*: матеріали IV міжнар. наук. конф. (Київ, 26–27 жовтня 2017 р.). Київ, 2017. С. 161–163. (*Особистий внесок здобувача полягає в зборі та аналізі фактичного матеріалу*)
12. Кузнєцова О. В. Мовленнєва маска як механізм створення образу автора. *Науковий потенціал та перспективи розвитку філологічних наук*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 8–9 грудня 2017 р.). Київ, 2017. С. 84–86.
13. Кузнєцова О. В. Функціональна природа тема-рематичної прогресії в комічному художньому тексті. *Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація*: матеріали XVII наук. конф. з міжнар. участю (Харків, 2 лютого 2018 р.). Харків, 2018. С. 82–83.
14. Кузнєцова О. В. Роль комунікативної функції у діалогічній організації комічного ідіодискурсу Д. Баррі. *Комунікація у сучасному соціумі*: матеріали II міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 8 червня 2018 р.). Львів, 2018. С. 25–26.

15. Кузнєцова О. В. Стилїзація як інтертекстуальний елемент у структурі комічних художніх текстів Дейва Баррі. *Сучасна германїстика: наукові дискусії: матеріали VIII міжнар. наук. форуму* (Харків, 23 жовтня 2018 р.). Харків, 2018. С. 65–67.

16. Кузнєцова О. В. Фактор адресата у комічному ідіодискурсі Дейва Баррі. *Каразїнські читання: Людина. Мова. Комунікація: матеріали XVIII наук. конф. з міжнар. участю* (Харків, 1 лютого 2019 р.). Харків, 2019. С. 78–80.

ЗМІСТ

ВСТУП	19
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОСТМОДЕРНІСТСЬКОГО КОМІЧНОГО ІДІОДИСКУРСУ	29
1.1. Функціонально-комунікативний напрям аналізу дискурсу	29
1.2. Ідіодискурс у світлі положень антропоцентричної парадигми	36
1.3. Базові складові категорії «образ автора»	45
1.3.1. Дискурсивна свідомість як складова категорії «образ автора»	51
1.3.2. Дейв Баррі як комічна дискурсивна особистість	56
1.4. Постмодерністський ідіодискурс карнавальної свідомості автора	58
1.4.1. Атрибут маски в комічному ідіодискурсі	62
1.4.2. Полікодовість постмодерністського комічного ідіодискурсу.....	65
1.5. Методологічне підґрунтя та процедура дослідження постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі.....	69
1.5.1. Теоретичні засади вивчення постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі.....	69
1.5.2. Загальнометодологічні засади вивчення постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі.....	71
1.5.3. Методика аналізу постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі.....	77
Висновки до розділу 1	79
РОЗДІЛ 2. ФУНКЦІОНАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНА СПРЯМОВАНІСТЬ ПОСТМОДЕРНІСТСЬКОГО КОМІЧНОГО ІДІОДИСКУРСУ ДЕЙВА БАРРІ.....	82
2.1. Комунікативна макрофункція комічного ідіодискурсу Дейва Баррі.....	82
2.1.1. Реалізація комунікативної макрофункції в усній комунікації	83
2.1.2. Актуалізація комунікативної макрофункції в письмовій комунікації.....	93

2.2. Мікрофункції комічного ідіодискурсу Дейва Баррі	101
2.2.1. Емоційно-експресивна функція	101
2.2.2. Темо-перемикальна функція	107
2.2.3. Критична функція.....	110
2.2.4. Функція детабуїзації.....	113
2.3. Суб'єкти комічного ідіодискурсу Дейва Баррі.....	117
2.4. Екстралінгвальний контекст комічного ідіодискурсу Дейва Баррі.....	135
Висновки до розділу 2	140

РОЗДІЛ 3. КРЕАТИВНА ПОЛІСТИЛІСТИКА

ПОСТМОДЕРНІСТСЬКИХ КОМІЧНИХ ХУДОЖНІХ ТЕКСТІВ

ДЕЙВА БАРРІ	144
3.1. Тема-рематичний механізм комічного і його експлікація в ідіодискурсі Дейва Баррі.....	144
3.2. Специфіка обкладинок художніх текстів Дейва Баррі в проекції тема-рематичного механізму створення комічного	150
3.3. Вербальні та невербальні засоби комічного в художніх текстах Дейва Баррі з точки зору роботи тема-рематичного механізму	155
3.3.1. Контактний тип тема-рематичного зв'язку.....	156
3.3.2. Дистантний тип тема-рематичного зв'язку.....	162
3.4. Вираження текстової розгерметизованості в комічних художніх текстах Дейва Баррі.....	168
3.4.1. Стилізація та пародіювання	169
3.4.2. Алюзія, цитата, реалія	176
3.5. Прецедентні феномени у створенні комічного ефекту в художніх текстах Дейва Баррі.....	185
Висновки до розділу 3	189
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	192
СПИСОК ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ	197
СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ	231
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	232

ДОДАТОК А. Особливості прояву функцій постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі	236
ДОДАТОК Б. Список публікацій здобувача за темою дисертації	239

ВСТУП

Креативна інтерпретація світу властива авторам-комікам, які вирізняються «розвиненою інтуїцією, іронічним ставленням до дійсності, миттєвою реакцією, що сприяють створенню неповторних шедеврів гумору» [216, с. 88-89]. Дисертація присвячена дослідженню постмодерністського комічного ідіодискурсу сучасного американського письменника Дейва Баррі як творчої дискурсивної особистості.

Усебічний аналіз феномену ідіодискурсу набуває особливої актуальності і спирається на антропоцентрично орієнтовані лінгвістичні розвідки (Н. Д. Арутюнова [7], Л. Р. Безугла [20; 21], О. І. Лещенко, С. О. Швачко [144], А. П. Мартинюк [155], К. Ф. Сєдов [230], І. Є. Фролова [264], І. С. Шевченко [274; 275]). Науковці зосереджуються на питаннях, пов'язаних із комунікативною поведінкою індивіда (С. А. Аристов [4], В. І. Карасик [89-93], С. М. Плотнікова [191], О. О. Селіванова [231], Л. В. Солощук [238-241]). Комунікативна діяльність дискурсивної особистості разом з екстралінгвальними чинниками (цілі, установки, знання про світ) є об'єктом наукових розвідок з вивчення ідіостилю окремих авторів (В. І. Волощук [44], О. Я. Дойчик [71], В. В. Дружиніна [74]) та їхнього ідіодискурсу: художнього (В. І. Бабіч [12; 13], Л. Я. Брославська [39], А. М. Приходько [341], В. З. Сас [227], І. О. Ходос [269]), драматичного (Л. В. Федоренко [258]), лірико-поетичного (І. О. Свинцова [229]), наукового (Л. М. Кузнєцова [123]), політичного (С. Є. Кегеян [99]).

У дисертації дослідження ідіодискурсу зумовлене впливом карнавальної культури (В. О. Самохіна [214-221], С. В. Сандлер [226], Е. Шанті [348]). Аналіз ідіодискурсу поглиблюється працями з теорії інтертекстуальності (І. В. Арнольд [5], І. П. Ільїн [84], Ю. Кристева [330], Г. Б. Мілнер [334], В. П. Москвін [171], О. Д. Нефьодова [177-179], Н. Норрік [336], Н. Пьєге-Гро [202], В. В. Рижкова [209; 224], Н. О. Фатєєва [256; 257], А. Ходж [317]) та креолізованого тексту (О. Є. Анісімова [3], А. О. Бернацька [26], М. Б. Ворошилова [49], О. В. Михальська [164], Ю. О. Сорокін, Є. Ф. Тарасов [242]), у тому числі

креолізованого художнього тексту (Н. А. Серебрянська [243]), креолізованого рекламного тексту (Т. А. Безугла [22], А. Д. Бєлова [24], М. Б. Ворошилова [51]), креолізованого кінотексту (П. Ю. Богдановська [33]), політичного креолізованого тексту (М. Б. Ворошилова [50]), креолізованого тексту в інтернет-просторі (А. У. Качмазова [98], О. А. Нежура [175]). Окремого наголосу при вивченні постмодерністського ідіодискурсу набувають лінгвостилістичні прийоми вираження комічного в дискурсі і тексті (С. Аттардо [289-293; 344], А. А. Бергер [295], Д. Кіаро [303], І. К. Кобякова [103; 328], В. Неш [335], В. О. Самохіна [211-221; 345], Г. А. Файн [312], О. В. Харченко [266; 267]), а також вербальні та невербальні засоби гумористичної комунікації (Р. Дж. Александер [288], Т. Р. Кейн [322], М. Л. Кнапп [327], Н. Норрік [337], Г. Л. Паттерсон [339], М. Цукерман [360]) та її емоційне забарвлення (М. Бурке [302], А. Вежбицька [359], В. І. Шаховський [272; 273], М. Н. Шіота [350]). Авторське експериментаторство в постмодерністському художньому тексті знаходить висвітлення в когнітивно-дискурсивній парадигмі (І. А. Бехта [29]), і з точки зору тема-рематичної організації надфразової єдності (А. Р. Давидова [63], Ф. Данеш [304], А. Даунінг [311], Дж. Канг [323], В. Матезіус [160], І. П. Распопов [204], Є. А. Реферовська [205]).

Актуальність роботи полягає у зверненні до функціонально-комунікативної стилістики тексту як напряду комунікативної лінгвістики, в межах якої вивчаються функції тексту в комунікативній діяльності, а також мовні одиниці в залежності від їх комунікативної мети в певних типах тексту та дискурсу. Актуальність роботи також обумовлена впливом карнавальної культури на дискурсивну діяльність автора-коміка. Специфіка карнавалізації проявляється в ігровому порушенні мовних норм креативними вербальними та невербальними засобами.

В якості **гіпотези** висунуто припущення, що постмодерністський комічний ідіодискурс Дейва Баррі ґрунтується на засадах функціонально-комунікативної стилістики тексту, яка осмислює проблеми взаємодії адресанта й адресата в комунікативному просторі.

Зв'язок з науковими темами. Проблематика дисертації відповідає профілю досліджень, що проводяться на факультеті іноземних мов Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна в рамках теми «Когнітивно-дискурсивні дослідження мови та перекладу» (номер державної реєстрації 0114U004320) (здобувач – виконавець) та наукової теми кафедри англійської філології «Лінгвокогнітивні, функціонально-комунікативні та соціолінгвістичні аспекти дослідження англomовного дискурсу», затвердженої Вченою радою факультету іноземних мов Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, протокол № 3 від 27 лютого 2019 р. (здобувач – виконавець).

Метою дослідження є аналіз специфіки постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі з огляду на взаємодію текстово-дискурсивних складових та постмодерністських прийомів, а також у встановленні ролі темарематичного механізму у створенні комічного ефекту.

Поставлена мета передбачає необхідність розв'язання таких **завдань**:

- обґрунтувати теоретико-методологічні засади вивчення постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі, включаючи настанови антропоцентричної парадигми та постмодернізму;
- експлікувати характерні ознаки постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі, засоби створення комічного на всіх рівнях організації комічного художнього тексту;
- встановити функціонально-комунікативні параметри постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі;
- визначити інгерентні риси категорії «образ автора» як дискурсивної особистості;
- описати особливості прояву дискурсивної особистості Дейва Баррі в комунікації з адресатом;
- виявити специфіку тема-рематичного механізму в комічному художньому тексті з урахуванням креолізованості та його реалізацію в ідіодискурсі Дейва Баррі;
- охарактеризувати композиційну побудову комічного художнього

тексту Дейва Баррі, враховуючи вплив постмодерністських технік організації дискурсивного простору, включаючи інтертекстуальні відсилки.

Об'єктом дослідження є постмодерністський комічний ідіодискурс американського письменника Дейва Баррі, а **предметом** – компоненти його ідіостилу, зокрема, взаємозв'язок з функціями і постмодерністськими прийомами створення комічного.

Матеріал дослідження становлять 2716 дискурсивних фрагментів, отриманих у результаті суцільної вибірки з комічних художніх текстів Дейва Баррі, скриптів і субтитрів відеозаписів його інтерв'ю та публічних виступів (1999 – 2019 рр.) загальною тривалістю більше 20,5 годин, що перебувають у вільному доступі на відеохостингу YouTube.

Методологічною основою дослідження постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі є праці, присвячені теорії дискурсу (А. Д. Белова [23], В. Г. Борботько [37], Т. А. ван Дейк [67; 309; 310], М. Л. Макаров [152], А. П. Мартинюк [155; 156], О. І. Морозова [167], А. М. Приходько [198], Г. І. Приходько [200], І. С. Шевченко [274; 275], Д. Шиффрін [349]), зокрема аналізу дискурсу (Д. Браун [297], М. В. Йоргенсен [86], О. С. Кубрякова [121], Д. Нунан [338], М. Стаббс [353]), сучасним лінгвістичним теоріям: антропоцентризму (М. М. Болдирєв [35], О. В. Государська [57], Е. Катз [325], І. М. Колєгаєва [110], Л. І. Комарова [112], В. Лі [333], Є. В. Ситнікова [235], О. О. Тюркан (Беліченко) [357]), постмодернізму (О. А. Бабелюк [9; 11], І. А. Бехта [27-30], К. Брауне [298], Л. Гутчеон [318], С. Катз [326], Н. С. Олизько [182], О. П. Палій [185], В. О. Пестерєв [188], Л. Терес-Влад, А. Тріфу [354], І. Хассан [316]), а також лінгвостилістичній репрезентації мови і мовлення (Н. С. Болотнова [362], І. К. Кобякова [102; 328; 329], В. А. Кухаренко [138; 139], В. Я. Мізецька [162; 163], Л. С. Піхтовнікова [189; 190], Л. І. Тараненко [251; 252]), методології виявлення дискурсивної особистості (Л. І. Єрмоленкіна [75], В. І. Карасик [91; 93; 324], Л. М. Синельнікова [233; 234], Л. В. Солощук [238-241]) на засадах функціональної та комунікативної лінгвістики (Ф. С. Бацевич

[19], С. Н. Денисенко [70], В. І. Іванова [83], І. М. Колєгаєва [108], Г. В. Колшанський [111], Ю. А. Левицький [140], В. О. Самохіна [211-213]).

Завдання дисертації передбачають використання низки взаємопов'язаних **методів: загальнонаукових** (гіпотетико-дедуктивного, методу інформаційного добору, опису, аналізу та синтезу) – для визначення ступеня актуальності об'єкта і предмета дослідження, викладення положень та формування висновків роботи; *методу суцільної вибірки* – для формування масиву дослідження. Провідним є *функціонально-комунікативний метод*, який дозволив установити функції постмодерністського комічного ідіодискурсу. *Дискурс-аналіз* застосовується для виявлення ключових елементів комічного ідіодискурсу – його соціального контексту, особистостей автора й адресата та особливостей їх комунікації. *Метод текстового аналізу* задіяно під час з'ясування принципу роботи тема-рематичного механізму комічного; *лінгвостилістичний метод* – для виділення домінантних прийомів створення комічного в постмодерністському ідіодискурсі Дейва Баррі.

Наукова новизна роботи зумовлюється тим, що в дисертаційному дослідженні *вперше* виокремлено постмодерністський комічний ідіодискурс сучасного американського письменника-гумориста Дейва Баррі. *Доведено*, що в основу ідіодискурсу покладено поняття креативності як індивідуальної здатності автора по-новаторськи передавати власні ідеї. *З'ясовано*, що комічний ідіодискурс є проявом карнавальної свідомості автора, яка виражається в креативних образах, темах, сюжетах. *Установлено* функції комічного ідіодискурсу в залежності від комунікативної мети Дейва Баррі (розважити адресата, розкритикувати, висміяти соціальні, політичні, культурні аспекти певного суспільства). *Вперше* виявлено та застосовано тема-рематичний механізм комічного, сутність якого полягає в напруженості, яка регулює динамічне переміщення комічної інформації в художньому тексті.

Наукову новизну отриманих результатів узагальнено у **положеннях, які виносяться на захист:**

1. Ідіодискурс є обміркованим самовираженням автора художніх текстів, спрямованим на створення власного ідіостилю. Ключовою складовою

ідіодискурсу є креативність, що проявляється в таких характеристиках, як відчуття новизни, оригінальність, фантазія, самокритичність, тяжіння до парадоксів. Антропоцентром ідіодискурсу є дискурсивна особистість автора, якій властивий креативний тип мислення, що виражається в інтенційному створенні індивідуальних мовних засобів.

2. Комічний ідіодискурс вирізняється наявністю карнавальної символіки (маска, карнавальна мова), метою якої є порушення логічних, онтологічних норм, суспільної моралі; пошуку нових форм експлікації. Карнавальна свідомість письменника тяжіє до створення гротескних образів, несподіваних комічних сюжетів, самобутніх лінгвістичних знахідок, за допомогою яких він заглиблює адресата в карнавальний діалог.

2.1. Ключовими фігурами комічного ідіодискурсу Дейва Баррі виступають автор і адресат. Виділено три типи адресатів: індивідуальний (журналісти, ведучі телевізійних шоу, радіоведучі, художники-оформлювачі, художники-ілюстратори, фотографи та видавці), колективний (учасники зустрічей з автором, делегати конференцій та книжкових ярмарків, публічних зібрань) і масовий (читачі, телеглядачі, радіослухачі, користувачі мережі Інтернет). У комічній комунікації Дейв Баррі орієнтується на лінгвокультурну компетенцію національного й іншокультурного адресатів. Усі типи адресатів поділяються на адресата-критика та адресата-емпатика.

2.2. Комічний ідіодискурс Дейва Баррі актуалізується постмодерністськими прийомами: пародіюванням, стильовим синкретизмом, мовною грою. В художніх текстах автора превалює карнавальний іронізм, представлений пародією (на легенду, історичний факт, офіційний документ), стилізацією (під байку, підручник, наукову статтю), алюзією (літературною, біблійною, міфологічною, історичною, побутовою), цитацією, реаліями.

2.3. Специфічною ознакою комічних постмодерністських текстів Дейва Баррі є їх полікодова організація, що відбивається в полістилістичності та полісеміотичності. Полістилістичність ґрунтується на креативному поєднанні різних стилів (наукового, розмовного, художнього, офіційно-ділового),

інтертекстуальних елементів та прецедентних феноменів. Полісеміотичність проявляється в уживанні автором разом із вербальними невербальних засобів: графічних символів, формул, рисунків тощо.

3. У дослідженні вперше виділено та застосовано тема-рематичний механізм комічного, що полягає в динамічному переміщенні комічної інформації від теми до реми в художньому тексті. Тема художнього тексту – це певний тригер, спрямований на підготовку адресата до нової комічної інформації в ремі. Рема націлена на сміхову реакцію адресата, в якій миттєво вивільняється комічна енергія. Базовою складовою тема-рематичного механізму визначено комічну напруженість, що виконує роль певного важеля, який балансує між темою та ремою, і, зрештою, переважає в бік реми, адже концентрація засобів комічного в ній превалює.

3.1. Тема-рематичний механізм комічного на обкладинках художніх книжок Дейва Баррі експлікується вербальною темою та невербальною ремою. На креолізованих обкладинках тема і рема виражені як експліцитно, так і імпліцитно. Між назвами обкладинок наявна тематична суміжність: спільна тема знаходить вираження в різних комічних ремах. Обкладинки книжок є результатом колективної креативної творчості Дейва Баррі, художника-оформлювача, художника-ілюстратора, фотографа та видавця.

3.2. У художніх текстах Дейва Баррі принцип роботи тема-рематичного механізму комічного залежить від розташування теми і рем у межах тексту. Розрізнено контактний та дистантний типи тема-рематичного зв'язку. Для контактного зв'язку характерною є співвіднесеність теми та реми в межах одного абзацу або послідовних абзаців. Дистантний тип зв'язку встановлюється в комічному художньому тексті, якщо тема і рема розташовані через певні проміжки. Комізм тема-рематичного механізму провокується креативним використанням автором вербальних та невербальних засобів.

4. У комічному ідіодискурсі Дейва Баррі виділено низку функцій:

4.1. Комунікативну макрофункцію, яка розкриває діалогічну комічну спрямованість комунікації Дейва Баррі з адресатом і має письмову та усну форми

прояву, в залежності від чого автор обирає відповідні мовні засоби.

4.2. До мікрофункцій комічного ідіодискурсу Дейва Баррі віднесено:

- емоційно-експресивну мікрофункцію, яка ґрунтується на вираженні комічного ставлення Дейва Баррі до об'єкта або суб'єкта повідомлення. Емоційно-експресивна функція актуалізується такими стилістичними засобами, як капіталізація, okazionalizmi, лексичні повтори тощо;
- темо-перемикальну мікрофункцію, що виникає у процесі навмисного переходу з однієї на іншу тему розмови і супроводжується зміною тональності з серйозної на несерйозну. Темо-перемикальна функція характеризується мовною грою, прийомами порівняння, градації, стилізацією під діалог, інтертекстуальними включеннями;
- критичну мікрофункцію, експліковану такими стилістичними засобами: (само-) іронія, сарказм, гіпербола. Критична функція зводиться до критики соціальних, політичних, культурних, естетичних норм суспільства засобами комічного;
- функцію детабуїзації, спрямовану на висвітлення в комічному ракурсі заборонених у суспільстві тем: наркотики, смерть, релігія. Автор уживає сленг, американізми, обценну лексику для створення невимушеної атмосфери спілкування.

Теоретична значущість роботи полягає в тому, що її результати роблять внесок у теорію дискурсу (визначення статусу комічного ідіодискурсу, виявлення сутності дискурсивної категорії «образ автора» і функцій комічного ідіодискурсу); лінгвістику тексту (залучення тема-рематичного механізму комічного до аналізу художнього тексту); лінгвостилістику (встановлення прагматистилістичного потенціалу художнього тексту) та теорію інтертекстуальності (виділення інтертекстуальних компонентів, які створюють комічний ефект).

Практична цінність отриманих результатів зумовлена можливістю їх застосування у викладанні лекційних курсів зі стилістики англійської мови (розділи «Стилїстика тексту», «Функціональні стилї», «Стилїстична

семасіологія)), лінгвокраїнознавства (розділ «США: Країна й люди»), у спецкурсах «Аналіз дискурсу», «Основи лінгвістичної теорії тексту та комунікації», «Інтерпретація тексту», при написанні дисертаційних досліджень, магістерських і курсових робіт.

Апробація результатів дисертації. Основні теоретичні положення й висновки дисертації обговорювалися на засіданнях кафедри англійської філології Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (2015-2019 рр.) і представлені на 12 наукових конференціях: VI Міжнародному науковому форумі «Сучасна англістика: до 85-річчя кафедри англійської філології» (Харків, 2015 р.); X Міжнародній науково-практичній конференції «Міжкультурна комунікація: мова-культура-особистість» (Острог, 2016 р.); VII Міжнародному науковому форумі «Сучасна іноземна філологія: дослідницький потенціал» (Харків, 2016 р.); VIII Міжнародному симпозиумі «New Developments in Linguistic Pragmatics» (Лодзь, Польща, 2017 р.); IV Міжнародній науковій конференції «Світ мови – світ у мові» (Київ, 2017 р.); Міжнародній науковій онлайн-конференції «Urgent problems of philology and linguistics – 2017» (Будапешт, Угорщина, 2017 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Науковий потенціал та перспективи розвитку філологічних наук» (Київ, 2017 р.); II Міжнародній науково-практичній конференції «Комунікація у сучасному соціумі» (Львів, 2018 р.); VIII Міжнародному науковому форумі «Сучасна германістика: наукові дискусії» (Харків, 2018 р.); XVI, XVII і XVIII наукових конференціях з міжнародною участю «Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація» (Харків, 2017 р., 2018 р., 2019 р.).

Публікації. Основні положення та результати дисертаційного дослідження викладено у **16 публікаціях** (загальний обсяг 4,9 авт. арк.), з них **5** статей у наукових фахових виданнях України (**1** – у співавторстві, де дисертанту належить опрацювання та систематизація фактичного та ілюстративного матеріалів), **1** – у науковому періодичному виданні за кордоном, та **10** тез доповідей на конференціях всеукраїнського і міжнародного рівнів (**1** – у співавторстві, де особистий внесок здобувача полягає у зборі та аналізі

фактичного матеріалу).

Обсяг і структура роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів із висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаної теоретичної літератури (360 позицій), довідкової літератури (18 позицій), ілюстративного матеріалу (40 позицій) і двох додатків. Текст дисертації містить 22 рисунки, 2 схеми і 1 таблицю. Загальний обсяг роботи – 241 сторінка (10,9 авт. арк.), з них основний текст – 178 сторінок (8,3 авт. арк.).

У **вступі** обґрунтовано вибір теми, її актуальність, окреслено об'єкт і предмет дослідження, розкрито його мету, завдання та методи, з'ясовано наукову новизну, теоретичне і практичне значення отриманих результатів; сформульовано положення на захист; подано відомості про апробацію роботи та публікації.

У **першому розділі «Теоретико-методологічні передумови дослідження постмодерністського комічного ідіодискурсу»** доведено доцільність залучення функціонально-комунікативного напрямку до вивчення ідіодискурсу; визначено особливості постмодерністського комічного ідіодискурсу; викладено теоретико-методологічні засади дослідження.

У **другому розділі «Функціонально-комунікативна спрямованість постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі»** встановлено функції, дискурсивні характеристики суб'єктів комічного ідіодискурсу, а також специфіку екстралінгвального контексту комічного ідіодискурсу Дейва Баррі.

Третій розділ «Креативна полістилістика постмодерністських комічних художніх текстів Дейва Баррі» присвячено принципу роботи тема-рематичного механізму комічного та опису характерних рис інтертекстуальних зв'язків як постмодерністських технік.

У **загальних висновках** підсумовано результати і визначено перспективи майбутніх досліджень.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОСТМОДЕРНІСТСЬКОГО КОМІЧНОГО ІДІОДИСКУРСУ

1.1. Функціонально-комунікативний напрям аналізу дискурсу

Центральною проблемою функціоналізму є «вивчення функцій об'єкта дослідження, питання про його призначення, особливості його природи у межах виконуваних ним завдань, здатність до їх вирішення» [120, с. 217]. О. С. Кубрякова наголошує, що «загальним постулатом функціональної лінгвістики є положення про те, що мова – це знаряддя, інструмент, засіб, урешті-решт, механізм для реалізації певних цілей і намірів – як у сфері пізнання дійсності й її описі, так і в актах спілкування, соціальної інтеракції, взаємодії за допомогою мови» [там само].

Функціональний підхід [70; 100; 197; 306; 315; 320] ґрунтується на «дослідженні мови як діяльнісного, цілеспрямованого живого організму, представленого численними мовленнєвими продуктами у відповідних актах комунікації» [232, с. 34]. Функціональний підхід до аналізу дискурсу «передбачає аналіз явищ у комплексній взаємодії з суб'єктами комунікації, ситуаційно-контекстними і загально-контекстними факторами» [146, с. 27]. Функціоналізм «стверджує, що фундаментальні властивості мови неможливо описати та пояснити без звернення до функцій мови» [100, с. 276].

З точки зору функціонального підходу дискурс досліджується неподільно від функцій мови в широкому соціокультурному контексті [82, с. 56] і трактується як «мовленнєва діяльність, що реалізується в письмовій, усній (діалогічній, полілогічній, монологічній) або паралінгвістичній формах, і безпосередньо дана дослідникові у вигляді мовного матеріалу в звуковій, графічній або електронній репрезентації» [156, с. 70-71]. Функціональне поле дискурсу, таким чином, обумовлюється відбором специфічних засобів як вербального, так і невербального

впливу на змістовну структуру тексту відповідно до комунікативної ситуації, в якій і знаходить своє функціональне втілення.

Ф. С. Бацевич також відмічає тісну взаємодію мови як комунікативного коду з елементами інших знакових систем (жестами, мімікою, поставою тощо), ситуативними елементами (час і місце спілкування, організація часу та простору спілкування тощо), соціальними (соціальні ролі учасників), віковими, гендерними, психологічними і психічними (темперамент, настрій, душевний та духовний світ), фізіологічними чинниками, які впливають певною мірою на добір та організацію засобів мовного коду, формуючи категорії комунікативної лінгвістики, однією з яких є дискурс [19, с. 7, 16].

У центрі уваги комунікативного підходу [1; 4; 19; 83; 116; 249; 346; 347; 352] постає «діяльність спілкування, яке здійснюється людиною у певних соціальних і міжособистісних умовах, із певними мотивами і метою» [248, с. 5] «з використанням спеціальних мовних засобів» [83, с. 21]. У межах цього підходу аналізуються конкретні мовні одиниці в процесі комунікації, вивчаються відмінності їх функціонування в залежності від комунікативних умов.

Комунікативний підхід досліджує мову в її динаміці, фокусуючись на єдності її соціальної та пізнавальної сутностей як компоненті усвідомленої, цілеспрямованої та пізнавально-коректної, змістовної комунікації [111, с. 5-6]. В її поле зору потрапляє організація мовного спілкування, закономірності побудови тексту, співвідношення інтра- і екстралінгвальних факторів, кореляція прагматичних цілей, структура висловлення і тексту тощо [там само, с. 9]. Отже, комунікативний підхід – це явище інтегральне, яке складається з двох аспектів: комунікативного та пізнавального. Комунікативна складова реалізується в конкретних комунікативних ситуаціях, а пізнавальна відображається в якості об'єктивної картини світу, яка формується особистістю на певному історичному етапі її розвитку і проявляється під час комунікації.

Цей підхід розкриває повноту «мовного арсеналу» мовця, який удається до неординарних, індивідуальних засобів мови для досягнення визначених цілей та мотивів комунікативного процесу. Таким чином, акцент переноситься на

комунікативну функцію мови і власне комунікацію як різновид людської діяльності, адже сутністю комунікативного підходу є «комунікативно-соціальна діяльність з обміну різного роду інформацією, тобто повідомлення адресантом адресату певного змісту для впливу на його інтелектуальну та/або емоційну сферу заради досягнення бажаного результату» [261, с. 56].

Функціонально-комунікативний вектор дискурсивних розвідок спрямований на забезпечення ефективної комунікації між адресатом і адресантом та зорієнтований на комплексний аналіз функціонування мовних одиниць, де поняття «функціональний» підкреслює факт наявності функцій мовних одиниць, тобто їх призначення, а «комунікативний» – уточнює їх залежність від процесу комунікації з усіма її властивостями і наслідками [14, с. 46]. В рамках функціонально-комунікативного підходу дослідник вивчає структуру (як?), семантику (що?) і прагматику (навіщо?) мови і комунікативний ефект усього цього в сукупності [там само]. Функціонально-комунікативний підхід досліджує функції мовних одиниць у тексті та комунікації, тобто дискурсивному процесі, де «зводить у єдину картину породження тексту адресантом, структурні особливості тексту, що формуються, і їх сприйняття адресатом» [212, с. 16].

Функціональний потенціал дискурсу та його «зануреність у життя» [8, с. 137], тобто в комунікацію, стали базовими складовими функціонально-комунікативної стилістики тексту – напрямку в комунікативній лінгвістиці, розробленого В. О. Самохіною, поняттєвий діапазон якого включає текст, жанр, тональність спілкування, стиль спілкування, мовну особистість та стильові риси. У комплексі з мовними аспектами функціонально-комунікативна стилістика тексту фокусується на екстралінгвальних факторах спілкування: взаємовідносинах між адресантом і адресатом, цілях, завданнях, специфіці сфери спілкування, характері ситуації – тобто дискурсі [212, с. 15]. Функціонально-комунікативна стилістика тексту охоплює велике поле значень, зосереджується на когнітивних операціях людської свідомості, розкриває сутність мовленнєво-мисленнєвої діяльності особистості, виконує низку функцій, які впливають на процес вербалізації людської думки.

В. О. Самохіна наголошує на тому, що «поняття «функціональний» означає націлений на використання мови і тексту в процесі комунікації, спрямований на забезпечення ефективності спілкування, тобто той, що реалізує певні функції мовних одиниць та тексту у взаємодії з навколишнім контекстом, виявляє призначення, роль, мету мовної одиниці або тексту в спілкуванні. Поняття «комунікативний» передбачає мовлення, спілкування, передачу інформації, інформування, <...> тобто підкреслюється діяльнісний характер явища» [212, с. 15]. Отже, досліджуючи дискурс у межах функціонально-комунікативного підходу, науковці зосереджують увагу на процесі комунікації і вербалізації намірів комунікантів.

Поняттєва варіативність терміна «дискурс» виникла як результат значної кількості підходів до трактування цього явища [8; 88; 152; 167; 187; 232; 274; 275; 297; 314; 319; 349]. Однак широке розповсюдження самого терміна «дискурс» зовсім не означає, що за ним уже закріплений зміст, який можна було б уважати загальноновживаним [122, с. 23]. Навпаки, відсутність загальноприйнятої дефініції дає змогу говорити про питання класифікації, типології та різновидів дискурсу.

В. І. Карасик пропонує умовно розділити існуючі підходи до класифікації дискурсу на п'ять типів: тематичний (про що йде мова), суб'єктний (хто бере участь), інструментальний (як виражається зміст діалогу), режимний (яким каналом спілкування користуються комуніканти), акціональний (яка соціальна дія здійснюється) [93, с. 56-57]. Іншої думки дотримується Ф. С. Бацевич, який вважає, що класифікація дискурсу як функціонально-комунікативного явища здійснюється за такими комунікативними ознаками: проявами комунікації в суспільстві, комунікацією в межах окремих каналів, виявом правил спілкування, способів викладу та втілення прагматичної мети мовців [19, с. 137].

Ураховуючи функціонально-комунікативну спрямованість дослідження, услід за Т. А. ван Дейком, під дискурсом розуміємо «комунікативну подію, що відбувається між адресатом і адресантом у процесі комунікативної дії в певному часовому та просторовому контексті, яка може бути мовною, письмовою, мати вербальні і невербальні складові» [67; (див. також 308-310)], а текст розглядається

як знаковий посередник, зумовлений різними чинниками, що опосередковують спілкування й розуміння (соціальними, культурними, етнічними тощо) [232, с. 672]. Таким чином, на перший план виходить аналіз вербальної і невербальної поведінки мовців, завдань, які вирішуються під час комунікації та різняться відповідно до установок і цілей.

Дискурс як комунікативна подія має усну та письмову форми прояву, тому що дискурс – це єдність тексту і ситуації. Усний дискурс міжособистісної комунікації охоплює все наше повсякденне буття і відображає людські взаємовідносини, світ почуттів, комунікативну поведінку, помисли і спрямування членів соціуму. Письмовий дискурс художньої комунікації несе відбиток наукової думки, але є своєрідною формою того ж міжособистісного спілкування, тому що світ автора і текст, що його віддзеркалює, говорять від імені відправника повідомлення (адресанта), виступають у ролі співрозмовника [34, с. 120]. У письмовому дискурсі, завдяки зафіксованому знаку, текст може мати незліченну кількість просторово-часових звернень до адресата. Письмовий дискурс характеризується як щось видиме і відчутне та не націлений на негайну відповідь, а спрямований на безліч контекстів майбутнього, і всі вони відокремлені часом і відстанню від того поля, в якому текст був написаний [там само]. Письмовий дискурс є результатом «вербалізованої події та її обставин – суб'єктних (знання автора та адресата, їх намірів, соціокультурних ознак) та контекстуальних (часу, оточуючого середовища тощо) [194, с. 7].

Функціонально-комунікативна сутність дискурсу знаходить відображення в класифікації А. Д. Белової, в основу якої покладено сферу функціонування, характер комунікації та адресантно-адресатні характеристики [23, с. 11-14]. Спираючись на цю класифікацію, В. О. Самохіна визначає дискурс як зв'язне мовлення для вираження особливої ментальності, що реалізується у вигляді текстів у сукупності з позалінгвальними чинниками, та відносить до його складових такі: (1) текст повідомлення; (2) ситуативний контекст (час та місце дії); (3) адресант і адресат; (4) цілі та задачі; (5) сфера спілкування; (6) жанр; (7) референтний простір повідомлення; (8) комунікативний простір повідомлення.

Ці компоненти складають структуру дискурсу і його специфіку. Фігури адресанта й адресата виступають головними елементами комунікації в силу того, що вони забезпечують породження і використання текстів [212, с. 22].

Дискурс існує у формі зв'язного тексту [8]. Під кутом функціонально-комунікативного підходу, текст розглядається «крізь призму використання в соціальній комунікативній ситуації, в якій мовець виступає у ролі активного суб'єкта і через мову змальовує конкретну ситуацію» [260, с. 131]. Текст базується на категоріальному апараті (зв'язність, завершеність, цілісність, дискретність, діалогічність, інформативність, концептуальність, інтертекстуальність), тому він є модельною, універсальною структурою [212, с. 27]. Правильність побудови тексту (усного або письмового) пов'язана з виконанням відповідних критеріїв «текстуальності» – внутрішньої осмисленості, зовнішньої зв'язності, можливості своєчасного сприйняття, виконання необхідних умов комунікації тощо [268].

За І. Т. Касавіним, текст – це власне мовна реальність, яка існує як смислова одиниця лише в певному немовному оточенні – контексті, який знаходить своє відображення в тексті за посередництвом дискурсу, який не мислиться без тексту та контексту, а контекст залишається безмовним та невизначеним без дискурсу та тексту [97, пор.: 342; 343]. Таким чином, органічне поєднання та взаємодія двох невід'ємних складових дискурсу – тексту та контексту – є функціональною структурою дискурсу.

Контекст як певне «оточення» тексту, його фон, який сприяє повноті осмислення, визначається як «загальний зміст соціокультурних умов, ментальних станів епохи, переважання соціальної та індивідуальної психології, що дієвим чином впливає на автора в процесі створення того або іншого тексту і сприяє уточненню змістовного значення останнього» [248, с. 171]. Він існує у формі своєрідного синтезу соціокультурних, ідеологічних, інноваційних аспектів, притаманних власне суб'єкту/автору мовленнєвої діяльності, які ґрунтуються на його власному досвіді, ставленні до навколишньої дійсності, реальності. Під контекстом розуміється не лише вербальне оточення текстових елементів, а й

загальні умови здійснення комунікації: просторово-часові параметри, предмет та учасники комунікації.

Контекст визначається зовнішньою та внутрішньою формами прояву, де «фактори зовнішнього контексту можуть мати вплив на комунікативну ситуацію, лише ставши частиною внутрішнього контексту» [66, с. 54]. Зовнішній контекст дискурсу спрямований на комунікативну ситуацію загалом, включаючи широке різноманіття етнографічних, соціальних, культурних та мовних складових, у той час як внутрішній контекст постає ментальним відтворенням зовнішнього та містить вірування, знання, уявлення, наміри відносно комунікантів, культурної ситуації, статусно-рольових характеристик учасників, стилю, предмета та регістру спілкування, рівня формальності тощо [264, с. 150].

На формування контексту також впливають і екстралінгвальні фактори, які знаходять відображення в ситуативному контексті, що включає обставини спілкування, особистості комунікантів, їх соціальні ролі тощо. Знання ситуативного контексту відіграє важливу роль під час обробки інформації в процесі комунікації, у розробці певних комунікативних кліше з реагування та поведінки, а також відборі певних комунікативних стратегій і тактик задля вдалого спілкування [19, с. 66-67]. Контекстуальні координати дискурсу визначаються особистісним досвідом комунікантів у залежності від середовища спілкування. Таким чином, фокус уваги дискурсивних досліджень переорієнтовується з *тексту на його учасників*, які налаштовані на ефективну комунікацію відповідно до закономірностей функціонування мови в соціально значущих комунікативних сферах. Превалюючим компонентом функціонально-комунікативного напрямку в дискурсивних розвідках є *антропоцентричний фактор*, у межах якого мовна особистість у залежності від власних намірів організує своєрідний, індивідуальний дискурс – ідіодискурс, у якому реалізує себе як дискурсивна особистість.

1.2. Ідіодискурс у світлі положень антропоцентричної парадигми

Одним із пріоритетних інтересів лінгвістів незмінно залишається питання взаємозалежності мови та людини, її ролі у творенні текстового простору, адже «будь-яка окрема людська індивідуальність, узята в її відношенні до мови, – це особлива позиція в баченні світу» [61, с. 80].

Останні десятиліття XX – початку XXI сторіччя характеризуються «переходом від дослідження мови як жорстко і чітко структурованої сутності до її вивчення як невід’ємної складової світу людини – творця й користувача мови» [264, с. 44], зануреного у фокус тексту. З усвідомленням цього виникає необхідність у вивченні механізмів вербалізації людиною знань про навколишній світ та особливостей їх передачі в процесі комунікації. Питання взаємообумовленості людини та мови стали фундаментальною основою антропоцентричного напрямку лінгвістичних студій [див. дет: 35; 112; 115; 124; 143; 235], предметом розгляду якого є визначення того, як людина впливає на мову і як мова впливає на людину, її свідомість, культуру [206, с. 8]. Антропоцентризм характеризується як «евристичний принцип розгляду мови та мовлення в зв’язку із мисленням людини, яке відображає її внутрішній стан, загальнолюдські, національно-культурні, соціальні цінності» [264, с. 47].

Таким чином, у лінгвістиці відбулася зміна пріоритетів, а фокус досліджень переорієнтувався з «текстоцентричності» на «людиноцентричність», де мова як продукт творчості мовної особистості досліджується в комплексі з постаттю автора, особливостями його світогляду, індивідуальним добором мовних засобів, репрезентованих у його ідіодискурсі, який створюється «людиною і для людини, і більш того, увесь стрій та мова художнього твору якого засновані на описі людини: її діяльності, переживань, подій, пов’язаних з нею» [87, с. 270].

Дослідження індивідуальних рис світосприйняття особистості та її відображення у площині дискурсу посприяло виділенню окремого виду дискурсу – ідіодискурсу, поява якого в науковій літературі пов’язана насамперед із працями таких учених, як О. А. Ворожбитова [47], С. Є. Кегейн [99], І. К. Суботіна [247].

Центральним поняттям їх наукових розвідок стала мовна особистість, її виняткове використання мови задля вираження власної ідеології, ментальності, особистої точки зору.

Антропоцентричний вектор ідіодискурсивних розвідок також представлено в ряді наукових робіт вітчизняних та закордонних лінгвістів, чий дослідження проектується переважно в площину різних типів дискурсу: художнього [12; 13; 225; 227; 269], а також драматичного [258], лірико-поетичного [229], наукового [74; 123], політичного [99] тощо. Так, В. І. Бабич під ідіодискурсом розуміє «сукупність мовно-когнітивних механізмів створення текстового простору тим чи іншим автором, що відрізняє його дискурс від інших» [13, с. 18]. В. З. Сас трактує ідіодискурс як «єдність індивідуальних особливостей авторського світосприйняття та його відображення в їх художніх текстах» [227, с. 46]. Л. Я. Брославська тлумачить ідіодискурс як «середовище існування індивідуальної концептосфери автора, яке надає надійний матеріал для виявлення системи ключових концептів письменника, що генерують його дискурс через установлення способів їх мовної репрезентації та актуалізації» [39, с. 42] «в нерозривному поєднанні мови з мисленням, світоглядом, культурою індивіда» [там само, с. 1], яке представлено корпусом текстів, зв'язок між якими встановлюється на основі критеріїв змістовності.

Влучне визначення ідіодискурсу наводить В. О. Самохіна, зазначаючи, що ідіодискурс – це специфічне, продумане та усвідомлене самовираження автора, яке формує його образ, упізнаваність, стиль у певних умовах спілкування, як загальні, так і окремі характеристики; текст як вербальна складова усної чи письмової комунікації; комунікативна ситуація, в якій автор переслідує, в основному, естетичні цілі [219, с. 89-90]. Автор у ідіодискурсі стає антропоцентром, навколо якого організується комунікативний процес.

Вважаємо, що ідіодискурс певного автора може виражатись не лише в художньому дискурсі, а й в інших типах дискурсу, наприклад, політичному, педагогічному, науковому, гумористичному тощо, тому що в різних дискурсах є *особистості*, які виділяються своїм «почерком», *креативною манерою письмової*

та усної комунікації. Такий прояв авторської індивідуальності та неповторності «надає індивідові можливість проявити себе в якості особистості, що поводить себе в діалогічній взаємодії пасивно або в ролі комунікативного лідера, виразити особливості свого темпераменту, показати прихильність до <...> стилю мовного спілкування» [250, с. 136]. Тобто ці риси характеризують не тільки політика, педагога, науковця, коміка тощо, але й письменника-автора художнього тексту.

Ідіодискурсу властивий широкий функціонально-комунікативний діапазон, якому притаманні такі функції:

- емоційно-експресивна – виступає засобом вираження почуттів, емоцій, внутрішнього стану автора;
- комунікативна – передбачає обмін інформацією між автором та адресатом у процесі комунікації;
- креативна – спрямована на створення автором унікальних текстів, у основу яких покладено поняття креативності;
- фасцинативна функція, що ґрунтується на «зачарованості учасників самим процесом спілкування» [92, с. 141];

В. О. Самохіна виділяє такі функції:

- фатична/контактовстановлююча – націлена на встановлення та підтримання контакту між адресантом та адресатом;
- перемикальна функція, що полягає в переході під час комунікації від однієї теми до іншої;
- аттрактивна функція, яка слугує засобом залучення уваги до адресанта;
- мовотворча функція – орієнтована на створення цікавих, неповторних мовних шедеврів;
- критична функція – за допомогою критики виражається емоційне ставлення до факту, про який повідомляють;
- функція детабуїзації, що надає можливість комунікантам висловлювати свої думки і почуття більш розкуто [212, с. 19-20].

Виділені функції в ідіодискурсі розкривають індивідуальну психологію, ідеологію автора, його особистий ментальний світ, у центр якого потрапляють такі проблеми, як відображення соціального та психологічного в мовленні, взаємозалежність мовлення та мислення, екстралінгвальні основи та причини виникнення мовних шедеврів автора, де втілюється творча динаміка авторської думки, його соціальні практики, що формують та відображають комунікативний та когнітивний досвід. Цей досвід є результатом «асоціативно-образного мовленнєво-мисленнєвого континууму, в якому автор переживає «муки слова», інтуїтивно добирає змістовно влучні лексичні, стилістичні, граматичні «ореоли» [2, с. 18] та який залежить від набору основних концептів (тем), що впливають на викладення авторської точки зору, власного креативного «Я» в тексті та комунікації, його індивідуального образу.

Автор ідіодискурсу повністю контролює комунікацію – від її виникнення до завершення, взаємодіє з адресатом, обирає тематику спілкування тощо, тим самим встановлює базові координати комунікації. З ним пов'язані такі аспекти спілкування, як мета висловлення; мовленнєві стратегії і тактики; установки; референція; прагматичні пресупозиції; ставлення автора до того, про що він повідомляє; введення у фокус інтересів однієї з тих осіб, про яких говорить автор; організація висловлювання відповідно до того, на чому в повідомленні акцентується [19, с. 105-106].

На нашу думку, саме *креативність* є ключовим поняттям, на якому ґрунтується ідіодискурс, у якому автор розглядається як творчий центр організації дискурсивної діяльності. Креативність – це «безперервний процес творення, протягом якого мовець/письменник породжує необмежену кількість свіжих та образних продуктів з обмеженої кількості існуючих ресурсів задля задоволення конкретної комунікативної мети» [340, с. 15]. Креативність як індивідуальна здатність до творчого перекроювання дійсності, яка породжується в процесі суб'єктивного пізнання сутності навколишнього світу, об'єктивної реальності, є рушійною силою творчого процесу, імпульсом новаторських ідей автора, що формує його унікальний «мікрокосмос» – його внутрішній світ, душу, психіку.

Креативній особистості притаманні такі характеристики: інтерес до парадоксів, оригінальність, фантазія, почуття новизни, асоціативність, гострота думки, творча уява, інтуїція, естетичне почуття краси, артистичність, мрійливість, дотепність, гнучкість інтелекту, сміливість і незалежність суджень, самокритичність тощо [153, с. 500] (пор.: [29; 296; 321; 356]).

У широкому значенні креативність – це «творчі можливості (здібності) людини, які можуть виявлятися в мисленні, почуттях, спілкуванні, окремих видах діяльності; це здатність породжувати множинність різноманітних оригінальних ідей у нерегламентованих умовах діяльності. У вузькому значенні – це дивергентне мислення, диференційною ознакою якого є різноспрямованість і варіативність у пошуку різних однаково правильних рішень щодо однієї і тієї самої ситуації» [367, с. 306], «рівень творчої обдарованості, здібностей до творчості» [366, с. 181].

Американський психолог А. Маслоу під креативністю розуміє «здатність, що відображає властивість індивіда створювати нові поняття і формувати нові навички, тобто здатність до творчості» [158]. Таким чином, креативність є рисою дискурсивної особистості, що спонукає її до творчості, бо творчість «завжди пов'язана з індивідуальним, особистісним началом, передбачає хист людини до створення того, чому не має аналогів у матеріальному світі, що існує у просторі та часі, визначаючи духовний розвиток нації і становлення окремої особистості» [277, с. 178]. Креативність задіює усі аспекти особистості автора-творця: «його інтелектуальні та емоційні якості, етичні настанови, життєвий досвід і навіть психофізичні особливості» [109, с. 101]. Творчість, на відміну від креативності, – це поняття скінчене, тобто вона знаходить своє втілення в різних творах, картинах, є *результатом* процесу творіння, коли креативність – це *постійний процес*. Творчість мислиться неподільно від культури, якій воно належить, а креативність – це новий тип мислення. Будучи близькими за значенням, «креативність» та «творчість» не є синонімічними поняттями. Вбачаємо їх різницю в тому, що «творчість більше орієнтована на діяльність і її результат, а креативність – на особистість» [153, с. 499]. Як зазначає Р. Нельсон, креативність

не може існувати окремо від творчості, тому що вона допомагає організувати творчий процес [176]. У своєму поєднанні ці дві складові творчого процесу знаходять вихід у неповторних, самобутніх доробках талановитих авторів, яким властивий креативний тип мислення.

Креативна спрямованість ідей автора ідіодискурсу визначається «не стільки введенням нових елементів, скільки їх більш або менш оригінальним комбінуванням і варіюванням» [72, с. 13], що свідчить про *лінгвокреативну спрямованість* авторської думки, де лінгвокреативність розуміється як «можливість творчо переформатувати існуючий мовний матеріал задля задоволення певної комунікативної мети» [48, с. 9]. Вона проявляється через певні мовні засоби і прийоми, які «культивують мисленнєво-мовленнєву свободу сучасних людей, збагачують їх знання, розвивають уподобання, розширюють наявні асоціації та сприяють загальній інтелектуалізації суспільства» [355]. До експресивних мовних засобів відносять індивідуально створені автором мовні конструкції, які привертають увагу адресата своєю нестандартністю, оригінальністю, нетиповістю, підкреслюють притаманний автору *лінгвокреативний тип мислення*.

Лінгвокреативне мислення дає можливість автору ідіодискурсу творчо відійти від стандартних способів вираження самосвідомості автора, його мовного самовираження, де останнє залежить від рівня лінгвістичної компетентності, тобто володіння лексиною, граматикою, вміння адекватно сприймати та створювати тексти у відповідності до комунікативних задач тощо. Для такого типу мислення властиві: 1) оперування мовними одиницями на основі асоціативних наближень; 2) реалізація мовного потенціалу в сфері варіювання та конструювання форм і значень; 3) прояв закономірності щодо порушення мовного стандарту в мові мовця [59]. Поділяємо думку І. К. Кобякової, яка визначає лінгвокреативне мислення як «мовленнєву свідомість, спрямовану на породження нових мовних сутностей шляхом трансформації присутніх у мовному просторі елементів» [103, с. 20]. До факторів лінгвокреативного мислення відносяться 1) оригінальність (здатність продукувати асоціації); 2) семантична гнучкість –

спроможність запропонувати нове використання функції об'єкту і 3) «семантична спонтанна гнучкість» – уміння породжувати різноманітні ідеї в порівняно необмеженій ситуації [255, с. 298].

Лінгвокреативність у ідіодискурсі виступає в якості інструменту реалізації індивідуально-авторського стилю/ідіостилу, прояву творчого потенціалу, дає можливість урізноманітнити свою творчість, надати їй «нових барв», відмовитись від шаблонності. Наділені лінгвокреативним мисленням автори володіють тонким відчуттям мови та стилю, що дозволяє їм творчо підходити до процесу текстотворення, вміло граючи з формою та значенням слова. Такі особистості не бояться виходити за загальноприйняті рамки, творити щось нове, вони є «бунтівниками» в іманентному світі мови, творчо впливаючи на нього та на свого адресата.

У художньому тексті автор виступає, перш за все, носієм певного світоспоглядання, з яким мислячий читач співвідносить свою модель світу, власну систему цінностей. «Його роль не лише не обмежує, але й заохочує самобутнє, оригінальне бачення світу, власний підхід до матеріалу, власні мірки, власну мову, коротше кажучи, творчу свободу» [73, с. 84]. Художній текст стає результатом мовних експериментів автора, який маніпулює мовними знаками, що привносять у його тексти елементи несподіванки, нестандартності, розширюють межі уяви, спонукають до творчого пошуку [286, с. 24], де вибір мовних засобів з незліченної кількості формує індивідуальні переваги мовної особистості – її індивідуальний стиль» [173, с. 157-158], тобто *ідіостиль*.

«Стилістичний енциклопедичний словник» під ред. М. М. Кожині пропонує таке визначення ідіостилу: «Ідіостиль – сукупність мовних і стилістико-текстових особливостей, властивих мові письменника, ученого, публіциста, а також окремих носіїв цієї мови» [369, с. 95]. Друге, ширше, визначення ідіостилу пов'язане з терміном мовної особистості (за Ю. М. Карауловим): «Це стиль мовної особистості в усьому різноманітті прояву специфіки її рівнів (вербально-семантичного, когнітивного, мотиваційного) в

текстотвірній діяльності і в структурі, семантиці і прагматиці тексту в рамках того або іншого функціонального стилю мови» [там само, с. 96].

Ідіостиль письменника як функціонально-комунікативний різновид його авторського «почерку» формується внаслідок уживання мови в різних контекстах і ситуаціях спілкування [19, с. 186] «в нерозривному поєднанні мови з мисленням, світоглядом, культурою індивіда» [78, с. 1], оскільки, за Ж. Бюффоном, «стиль – це людина» [300, с. 43]. Ідіостиль – це індивідуально-авторське мовлення, персональний когнітивний простір, які надають художньому тексту багатогранності, стилістичного багатства та виразності. Ідіостиль досліджується на основі конкретного мовного матеріалу, лексичної структури тексту. Адже «індивідуальний почерк автора, його манера виявляється вже в самому факті вибіркості, переважанні певних лексичних, синтаксичних, фонетичних засобів, які стають базою формування більш складних і яскравих образів» [44, с. 5].

Адресат у ідіодискурсі – це людина зі своїм унікальним життєвим досвідом, особливостями сприйняття інформації, якій властивий ряд характеристик: «наявність достатнього об'єму спеціальних знань <...> в тій сфері, в якій відбувається комунікація, об'єм активного тезаурусу особистості, лабільність розумового апарату» [154]. Він зосереджує свою увагу на етапах розгортання тем повідомлення, для встановлення смислової значущості та взаємозв'язку різних фрагментів тексту, для отримання уявлення про змістову та емоційну складові повідомлення.

Очевидно, що ідіодискурс розгортається в текстовій площині, в якій утілюються індивідуальні цільові настанови автора, де текст – це «надфразова <...> мовна одиниця, комунікативно самостійний мікрознак, який має свого суб'єкта (адресата); упізнавану інтенцію, яка дає можливість інтерпретації реципієнтом; певні жанрові та стильові характеристики (маркери тексту); піддається сукупній інтерпретації; визначає структурну інтегральність та семантичну зв'язність; підлягає внутрішньому семантичному членуванню, а у випадку більш об'ємних текстів – також логічному та композиційному членуванню» [294, с. 35]. Як відзначає В. О. Салімовський, такі тексти

вирізняються «сукупністю властивостей мовленнєвої тканини тексту, яка забезпечує оптимальну взаємодію автора та адресата в певній сфері спілкування» [210, с. 14]. Узагальнимо вищезазначене у рис. 1.1.:

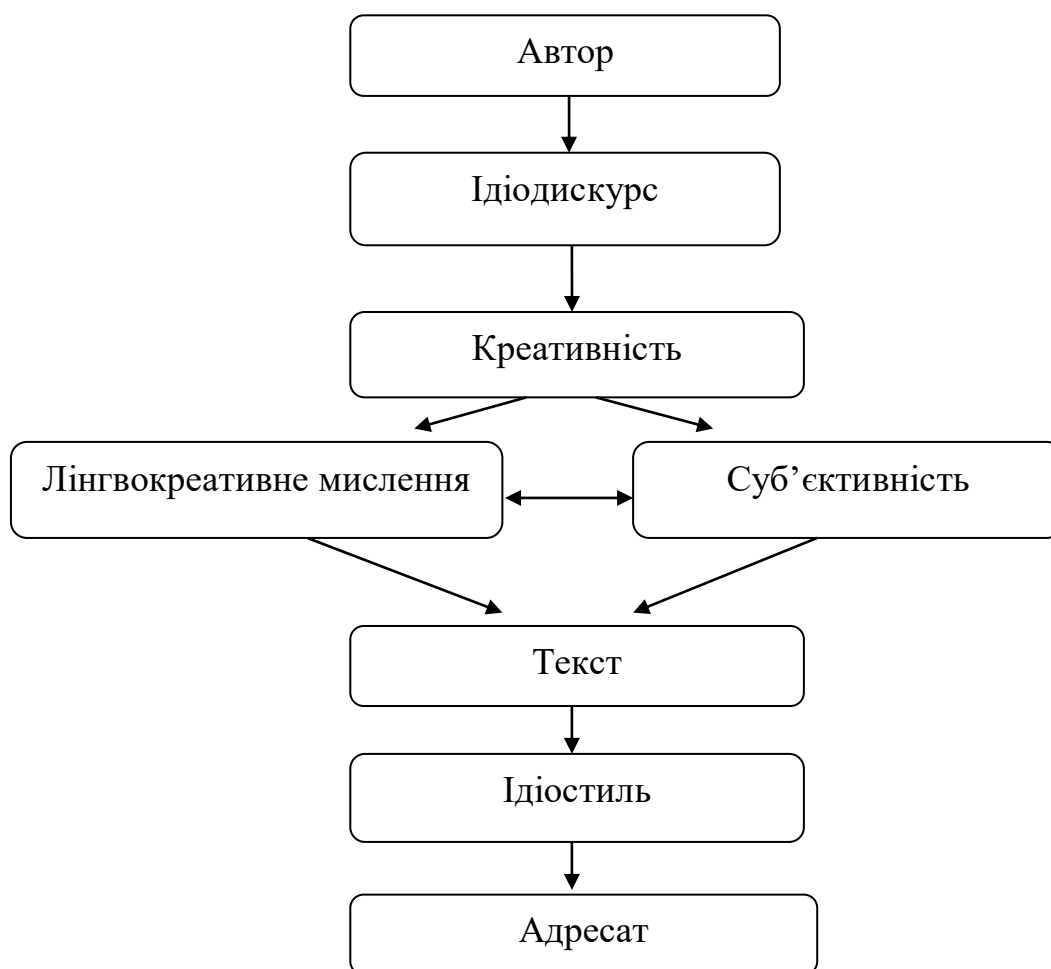


Рис. 1.1. Модель реалізації ідіодискурсу

Рисунок 1.1. демонструє, що ідіодискурс окремого автора базується на креативності. Креативний автор задіює лінгвокреативне мислення та суб'єктивне ставлення до проблем навколишнього світу, які виявляються в його ідіостилі. Ідіостиль, в свою чергу, проявляється в текстовій площині через експресивні мовні засоби та впливає на адресата. Для зв'язності усіх елементів ідіодискурсу автору необхідно враховувати дискурсну практику його аудиторії, адже зв'язність та динаміка ідіодискурсу залежать не лише від його когнітивних зусиль, а й від діалогу з адресатом. Усі компоненти ідіодискурсу націлені на те, щоб зацікавити читача, який бере участь у творчому процесі автора, вступає з ним у «діалог

думок». Автор ніби проектує адресата в поле ідіодискурсу, що дозволяє організувати всі його елементи в єдине динамічне ціле.

Таким чином, вважаємо, що *ідіодискурс* це – зразок вербальної та невербальної поведінки креативної дискурсивної особистості в комунікативному просторі з урахуванням екстралінгвістичних факторів. Дискурсивна особистість утілює в мові (усно або письмово) власні знання, ідеї, досвід. Ідіодискурс креативної дискурсивної особистості характеризується творчим проявом авторської рефлексії, що існує в сукупності тематично наближених текстів, пройнятих індивідуально-авторським баченням картини світу, лінгвокреативним мисленням. У ідіодискурсі креативність дискурсивної особистості втілюється в ключових образах, темах, наборі виражально-зображальних засобів, які організуються в ідіостиль і за якими ми впізнаємо «руку майстра».

1.3. Базові складові категорії «образ автора»

Категорія визначається як «загальна і суттєва ознака (властивість, параметр) усіх текстів, що бере участь у моделюванні самого поняття «текст»» [159, с. 13]. Категорія «образ автора» [42; 109; 114; 157; 203; 236; 265; 287; 361] зазвичай вивчається науковцями на матеріалі художніх текстів. Вона об'єднує композиційно-мовленнєві та мовностилістичні особливості художнього тексту в нерозривну єдність [236, с. 222]. Проаналізувавши різні підходи видатних науковців до виділення категорії «образ автора», спробуємо виявити її базові складові.

В. В. Виноградов уперше визначив, що образ автора – це «прояв «літературного артистизму» творця, з яким пов'язані розподілення світла і тіней за допомогою виражальних мовленнєвих засобів, експресивний рух стилю, переходи та сполучення експресивно-стилістичних красок» [Цит за: 369, с. 253]. В. В. Виноградов також співвідносить образ автора з мовною особистістю творця літературного твору, що виражає в словесно-художній формі своє світосприйняття, естетичне кредо, свій лексикон, тезаурус, асоціації тощо [там

само, с. 254]. Усі ці елементи складають конструктивний центр художнього тексту і зосереджуються в надрах композиції та стилю. Таким чином, В. В. Виноградов виділяє такі складові, як *суб'єктивність* та *співвідношення образу автора з мовною особистістю творця художнього тексту*, тобто власне з автором тексту.

За М. М. Кожиною, категорія образу автора визначається як така, що «є одним із проявів глобальної категорії суб'єктності, що виражає творче начало в різних видах діяльності, включаючи мовленнєву; основна категорія текстотворення, разом з образом адресата, що формує лінгвістичні та екстралінгвістичні фактори текстотворення; художня категорія, що формує єдність всіх елементів багаторівневої структури літературного твору; образ творця художнього тексту, який виникає в свідомості читача в результаті його пізнавальної діяльності» [369, с. 253]. Проте автор наголошує на важливості вивчення категорії «образ автора» в комунікативно-діяльнісному аспекті не лише з точки зору категорії суб'єктності, але й категорії адресованості, що обумовлено діалогічною концепцією сучасного світосприйняття, в основу якої покладено теорію діалогу М. М. Бахтіна, орієнтовану на «Іншого» та його активність у відповідь [там само, с. 254]. Отже, М. М. Кожина до складових категорії «образ автора» відносить: *суб'єктивність, творче начало, адресованість, діалогічність*.

В. А. Кухаренко трактує образ автора як «наскрізний образ твору, його глибинний зв'язувальний елемент, який сприяє поєднанню в єдине ціле окремих компонентів, пронизує його єдиною свідомістю, світоглядом, світовідчуттям» [138, с. 186]. Тож, услід за В. А. Кухаренко, вважаємо, що складовими категорії «образ автора» є *суб'єктивність* автора, що відображає його *свідомість, світогляд, світовідчуття*.

І. О. Широкова влучно зазначає, що образ автора можна виявити на двох рівнях: поверхневому та глибинному (смысловому). До поверхневого рівня відносяться такі компоненти тексту, які розкривають адресату позицію автора без звернення до додаткових фонових знань, де автор виходить на прямий контакт з

читачем. Ці компоненти науковець називає «рамочними» і відносить до них заголовок, епіграф, початок, кінцівку, посвяту, авторську примітку, передмову, післямову та інші компоненти, які містять у собі підтекст та глибинний смисл. До глибинного рівня образу автора дослідника зараховує експліцитні засоби, які набувають певного сенсу лише в контексті твору або в контексті певної культури, для інтерпретації яких необхідно залучати екстралінгвістичну інформацію. Цей рівень полягає у вивченні теми, проблематики та ідеї, де тема або тематика – це об’єкт зображуваної художньої дійсності, на фоні якого формулюються проблеми або проблематика, тобто ті питання, які найбільше хвилюють автора і слугують мотивом створення ним художніх творів [276, с. 104-105]. На цьому рівні автор висловлює своє суб’єктивне ставлення до дійсності, дає власну оцінку експліцитно або імпліцитно і в такий спосіб самостверджується. Таким чином, до складових категорії «образ автора» належать *суб’єктивність* та *оцінка*.

Оцінка, відповідно, привносить активне суб’єктивно-вибіркове ставлення до зображуваного та є одним зі способів формування «концептуальної цілісності художнього тексту і складає основу його метафізики (головної ідеї)» [237]. Вона «задається фізичною і психічною природою людини, її буттям і відчуттям, налаштовує його мислення і діяльність, ставлення до інших людей і предметів дійсності, сприйняття творчої діяльності» [6, с. 5].

Відповідно до точки зору Г. І. Приходько, найважливішою особливістю оцінки є її обов’язкова означеність суб’єктивним фактором, який завжди взаємодіє з об’єктивним. Суб’єктивний компонент оцінки відображає позитивне чи негативне ставлення суб’єкта оцінки до об’єкта, в той час як об’єктивний – характерні властивості предмета чи явища, який оцінюється [199, с. 23-24; див. також: 201]. Суб’єктивне та об’єктивне в оцінних висловленнях неподільні, створюють «континуум, де та й інша сторони нарастають/спадають зворотно пропорційно одна одній» [45, с. 27-28]. Авторська оцінка «запрограмована» вплинути на емоційно-етичну сферу адресата, щоб викликати в нього конкретну емоцію, спонукати до взаємопереживань з автором, поринути в його світ.

Дослідивши базові складові категорії «образ автора», доходимо висновку, що головною є поняття суб'єктивності, яке відображає ціннісні орієнтири автора, його цілі, мотиви, інтенції, тезаурус. Категорія «образ автора» ототожнюється з категорією авторської модальності, яка включає в себе «відношення до інформації в тексті, авторську інтенцію, точку зору, ціннісні орієнтації, <...> простежується в тканині твору та розкриває особистість автора в межах його ідіостилу» [101, с. 50], виконуючи стилетвірну та комунікативну функції в тексті, і реалізується на синтаксичному, граматичному, лексичному та композиційному рівнях, «створюючи необхідний ефект того значення або оцінки, яку має намір передати автор» [там само, с. 52].

Авторська модальність – це своєрідний механізм, завдяки якому автор виражає своє суб'єктивне ставлення до оточуючої реальності, його світогляд у словесно-художній формі, естетичне кредо, його лексикон. Категорія авторської модальності стає антропоцентричною характеристикою художнього тексту, дозволяє розглядати мову неподільно від особистості, а особистість – неподільно від мови, осмислити індивідуальну картину світу письменника [203, с. 142]. Таким чином, авторська модальність накладає яскравий відбиток на індивідуальну мовну систему автора, яка реалізується в конкретних художніх текстах.

У художньому тексті авторська модальність виражається не лише граматичними та лексичними засобами, а й «реалізується в характеристиці героїв, у своєрідному розподілі предикативних і релятивних відрізків висловлювання, в сентенціях, в умовиводах, у актуалізації окремих частин тексту і в низці інших засобів» [54, с. 115]. Апелюючи до авторської модальності, автор «диригує» текстом, зображуючи через мову своє філософсько-естетичне кредо, представляє власну концепцію буття, організує сюжет, створює композицію, систему образів, тем, удаючись до власного мовностильового інструментарію, за допомогою якого впливає на адресата.

Адресат виявляє образ автора за способом організації ним художнього тексту, побудови мовлення, і автор «постає перед ним як носій певної інформації,

який знає про події, процеси, стосунки; як безпосередній учасник і герой описуваних подій <...>, який формулює особливе «посилання» (меседж) світу, відбирає засоби реалізації задуму, «веде» читача і направляє хід його думок» [32, с. 109]. Образ автора «вбирає всі компоненти смислу, які формують у читача уявлення про авторську картину світу і його позиції, ідеї по відношенню до проблематики твору, прагматичної установки» [276, с. 104]. Він породжується свідомістю конкретного автора і фіксується в тексті. Його свідомість прагне до налагодження зв'язку зі свідомістю адресата, вибудовує між ними своєрідний міст.

З цього приводу І. А. Бехта зауважує, що «прозовий твір є виявом особистості автора-письменника як лінгвальної реалізації його художньо-естетичних задумів. З одного боку, письменник передає світосприйняття, стилістику думок і почуттів, є суб'єктом твору, деміургом художнього світу, а з іншого – він матеріалізує мовленнєву сферу як організуюче ядро літературно-художнього твору» [29, с. 104]. Науковець наголошує на тому, що «для дослідження категорії *автор-письменник* з лінгвістичних позицій ваги набуває усвідомленість діалектики творчого акту у створенні художнього тексту. Це стосується розуміння тих обмежень, які накладаються на активну авторську індивідуальність художньо-образного бачення і мовного оформленні. З одного боку – це виконання автором правил мовленнєвої поведінки у вибраній сфері, а з іншого – мовна система, елементи якої він має використовувати для втілення комунікативно-творчих стратегій» [там само, с. 16].

Автор «створює текст, розраховуючи на розуміння аудиторії, враховуючи її особливості, пов'язані зі сприйняттям інформації, вирішуючи за допомогою тексту ряд прагматичних завдань, зокрема завдань, пов'язаних із формуванням власного публічного образу» [145, с. 46]. Автор задає тональність усього тексту, тобто емоційно-стильовий модус спілкування. Таким чином, у тексті «відображається емоційно-вольова установка автора при досягненні конкретної комунікативної мети, його психологічна позиція по відношенню до того, що повідомляється, а також до адресата і ситуації спілкування» [369, с. 549].

У постаті автора зосереджується вся сила художнього тексту, тому що «саме його цінності, його мотиви і цілі, з одного боку, вербальний й інформативний тезаурус, з іншого боку, семіотичне (створення образу), стилістичне і композиційне вміння – з третього, є рушійною силою створення художнього літературного твору як семіотичної, естетичної та ідеологічної системи» [114, с. 11]. Образ автора формується на основі створених автором художніх текстів, але не відображає власне особистість автора, яка «стоїть за текстом». У зв'язку з цим вважаємо за необхідне звернутись до поняття мовної особистості, яка є дотичною до категорії «образ автора» і дозволяє комплексно дослідити особистість автора як у художньому тексті, так і комунікації.

Типології та аналізу поняття «мовна особистість» приділяється багато уваги через її динамічний характер. Увагу науковців все частіше привертає не просто класифікація мовної особистості, а її прояв у різних аспектах життя [90; 92; 94; 95; 191; 216; 299; 358]. Попри те, що мовна особистість активно вивчається вже впродовж декількох десятиліть, науковий інтерес до цього феномену не слабшає, адже «мовна особистість – це та наскрізна ідея, яка, як показує досвід її аналізу і опису, пронизує і усі аспекти вивчення мови і одночасно руйнує межі між дисциплінами, що вивчають мову, оскільки не можна вивчати людину поза її мовою» [94, с. 15].

У визначенні мовної особистості поділяємо думку науковців, які розуміють це поняття як «носій тієї або іншої мови, що характеризується на основі аналізу створених ним текстів: а) як індивід і автор цих текстів зі своїм характером, інтересами, соціальними і психологічними перевагами і настановами; б) як типовий представник певної мовної спільноти і мовного колективу, що входить в неї, сукупний чи усереднений носій цієї мови; в) як представник виду *Homo Sapiens* (людина розумна), невід'ємною властивістю якого є використання знакових систем і перш за все природної мови» [364, с. 104]; особистість, «що живе в конкретному мовному просторі – в комунікації, в стереотипах поведінки, зафіксованих в мові, в значеннях мовних одиниць, сенсах текстів» [244, с. 186] і

«реалізує себе завдяки особливим якостям, відбивальним можливостям пізнання мовного простору» [263, с. 323].

Слід зауважити, що, окрім типових характеристик, які дають змогу зарахувати мовну особистість до плеяди авторів, їй властиві ще деякі риси. Мовна особистість, перш за все, вирізняється з-поміж інших своєю креативною сутністю, тому що вона – це «1) смілива людина, яка пробує щось нове; 2) інтуїція плюс логіка; 3) відмінне почуття гумору; 4) їй цікавий сам процес, а не результат; 5) любить шукати нове; 6) завжди в пошуку відповідей, знань, ідей» [216, с. 88]; 7) «насичує свою мову яскравими та незвичними висловленнями з метою самопрезентації та прикрашення мови» [89, с. 142]. Такі особистості «порушують сформовані традиції та норми, продукують мовні новації і тим самим створюють мовну варіативність, яка «запускає» механізми конкуренції варіантів, що в кінцевому результаті приводить до еволюції [55, с. 7-8]. Вибір нею мовних засобів залежить від «смакових рецепторів», які формують її «мовленнєве меню» [174, с. 20]. Кожна мовна особистість має можливість вибрати деталі, аксесуари «костюма мови», які дають їй змогу розкрити свій внутрішній творчий потенціал, який виражається в ігровій тональності створених нею текстів. Таким чином, зазначені характеристики можна розглядати і як риси креативної дискурсивної особистості, базовими складовими якої є вербальні та невербальні засоби. Отже, категорія «образ автора» вивчається як складова ідіодискурсу.

1.3.1. Дискурсивна свідомість як складова категорії «образ автора». Категорія «образ автора» є «глобальною категорією, що синтезує всі елементи структури тексту і відображає, так чи інакше, особистість автора» [36, с. 165]. Ця категорія впливає на текст у цілому й на інші категорії тексту, адже «послідовність викладення тексту, відносини між його компонентами зумовлюються волею автора, інтенцією, тобто комунікативними намірами» [106, с. 43].

Ураховуючи приналежність категорії «образ автора» до числа текстових категорій, вважаємо за можливе розглядати її в якості дискурсивної категорії,

оскільки текстові категорії так само властиві й дискурсу, адже в лінгвістичних дослідженнях науковці враховують такі дискурсивні характеристики, як фактор адресанта та адресата, контекст, простір повідомлення, невербальні складові тощо. На думку І. С. Шевченко, «категорії дискурсу екстраполуються і на категорії тексту-результату, і на ті, які характеризують дискурс-процес» [274, с. 108]. Науковець стверджує, що «протиріч між категоріями тексту та дискурсу немає, тому що перша є результатом останньої» [там само, с. 108]. І. П. Сусов наголошує, що саме «текст дозволяє судити про характеристики дискурсу, які при цьому не зводяться до властивостей самого тексту» [249, с. 7].

О. О. Селіванова наводить тезу, що «співвідношення категорій тексту та дискурсу передбачає взаємозворотню орієнтацію: з однієї сторони, породження тексту створюється, спираючись на інваріант текстового рівня, а значить, деякі спільні категоріальні властивості типа дискурсу, з іншої – автоматичне дотримання схеми природно тягне за собою залученість породжуваного тексту в систему семіосфери, яка має певну категоріальну структуру» [231, с. 192-193]. У нашому дослідженні поділяємо точки зору І. С. Шевченко та О. О. Селіванової та вважаємо доречним визначати категорію «образ автора» як дискурсивну, оскільки текст є результатом дискурсу.

Категорія «образ автора» в ідіодискурсі – це феномен, який комплексно репрезентує мовні та семіотичні форми прояву особистості автора-творця в дискурсивному континуумі. Автор розуміється насамперед як *творча особистість*, «людина почуттів та емоцій, яка гостро відчуває, як «тріщина світу» проходить через його серце» [цит. за: 207]. Перш за все, такі особистості – це «діячі літератури та мистецтва, чиї геніальні прозріння частіш за все випереджають найсміливіші наукові прогнози та пророцтва мудреців» [там само]. Таким чином, у образі автора гармонійно поєднуються знання та пізнання світу.

Дискурсивна природа категорії образу автора, відповідно, стосується способів реалізації реального автора в мовленнєвій діяльності як дискурсивної особистості з урахуванням особливостей екстралінгвальних факторів впливу на

комунікативний процес. Вербальний прояв особистості автора доповнюється невербальним, що впливає на більш цілісне усвідомлення його образу.

У розумінні Л. В. Солощук, дискурсивна особистість «діє в континуальному комунікативному просторі і здатна поряд із мовним кодом використовувати й трактувати інші семіотичні коди залежно від типу дискурсивних відносин, в які вона є включеною в певні моменти спілкування» [238, с. 127; див. також: 239; 241]. Дискурсивна особистість гнучко реагує на дискурсивне оточення, враховує всі компоненти не тільки мовного, але й немовного характеру, з яких складається комунікативний процес та які впливають на його перебіг [241, с. 169].

Спираючись на підходи до вивчення мовної особистості, В. І. Карасик пропонує аналізувати людину в мові з позиції того чи іншого дискурсу, в якому вона бере участь [91, с. 79]. З позицій лінгвоперсонології, науковець умовно виділяє одномірний та багатомірний типи дискурсивної особистості в залежності від стилю спілкування. Упродовж своєї гіпотези В. І. Карасик розмежовує дискурсивних суб'єктів відповідно до тональності спілкування за принципом серйозне/несерйозне, що стає критерієм для виділення серйозного та несерйозного (тобто гумористичного) дискурсів. Таким чином, виникає два типи дискурсивної особистості – серйозний та ігровий суб'єкти комунікації, де останній характеризується схильністю до жарту, гри, іронії, адже в гумористичному дискурсі навмисно порушуються звичні стереотипи, скорочується відстань при спілкуванні, карнавально перевертаються норми суспільства [там само, с. 81-83; див. також: 212].

Подальші результати дослідження дискурсивної особистості представлено в наукових працях Л. І. Єрмоленкіної [75], А. В. Нікітіної [180], С. М. Плотнікової [191; 192], А. П. Романченко [208], Л. М. Синельнікової [233; 234], які пропонують те чи інше поняття, відстоюють власну позицію відповідно до обраної концепції дослідження. Так, С. М. Плотнікова вважає, що дискурсивна особистість «являє собою мовну особистість, яка породжує певний дискурс у вигляді безперервно поновлюваного або закінченого, фрагментарного або цілого, усного або письмового повідомлення. Ця особистість діє у сфері

створення повідомлень і несе відповідальність за їх зміст» [191, с. 39]. На думку науковця, різниця між мовною особистістю та дискурсивною особистістю полягає в тому, що остання має бути прийнятою людьми, які хочуть сприймати створений нею дискурс [192, с. 134].

На нашу думку, окремої уваги заслуговує наукова стаття Л. М. Синельнікової, в якій авторка пропонує визначення дискурсивної особистості з урахуванням різних дискурсивних практик носія мови. Таким чином, мовна особистість перетворюється в дискурсивну особистість і стає «суб'єктом соціальних дій та інтеракцій» [234, с. 462]. Дискурсивна особистість тлумачиться як «комунікативна (інтерактивна) особистість, що володіє «комунікативним паспортом» як сукупністю індивідуальних комунікативних стратегій і тактик, когнітивних, семіотичних, мотиваційних переваг, що сформувалися в процесах комунікації» [там само, с. 458]. Схожих поглядів на трактування феномену дискурсивної особистості дотримується Л. І. Єрмоленкіна, яка вважає, що «дискурсивна особистість може бути описана з урахуванням комплексної інформації, яка міститься в дискурсивних діях, що мають аксіологічний характер і експлікують різні рівні ціннісно-сислової координації комунікантів і тих дискурсів, які виявилися інтегрованими в процесі комунікації в дискурсивній картині світу» [75, с. 38]. Тож, дискурсивна особистість, на думку авторів, – це, передусім, учасник комунікативних подій, який активно вступає в інтеракцію з іншими дискурсивними особистостями, заохочує їх до діалогічного спілкування.

Поділяємо думку про те, що дискурсивна особистість – це особистість, яка «володіє знаннями, уміннями й навичками ефективної поведінки в різних дискурсах, з різними людьми, реалізуючи власні інтенції спілкування через взаємодію з об'єктами (текст, час, простір) й суб'єктами (адресати й адресанти) дискурсу» [180, с. 277]. Таке визначення акцентує увагу на тому, що дискурсивна особистість в ідіодискурсі – це особистість-професіонал, яка «володіє *енциклопедичними, лінгвістичними та інтеракційними знаннями* (курсив мій

– О. К.). Така особистість має великий «культурний капітал», на основі якого визначається ступінь її соціалізації» [234, с. 461].

Слід також відзначити, що дискурсивній особистості властивий дискурсивний тип свідомості, оскільки «будь-яка діяльність людини організується та керується свідомістю: мовна діяльність – мовною свідомістю, мовленнєва діяльність – мовленнєвою свідомістю, комунікативна діяльність – комунікативною свідомістю» [2, с. 14]. Таким чином, упродовж цього ряду можна говорити й про дискурсивний тип свідомості, адже, як зазначає К. Ф. Сєдов, «становлення структури дискурсу відображає (та виражає) особливості еволюції комунікативної компетенції особистості» [230, с. 4]. На думку А. В. Полонського, свідомість у дискурсі – це «самобутній спосіб бачення та переживання світу, спосіб його осмислення та впорядкування, який визначає характер затребуваних знань і спосіб їх передачі, стратегії протиставлення себе об'єкту та суб'єкту та взаємодії з ними, характер сформульованих цілей діяльності та спосіб їх досягнення тощо» [195, с. 58]. Отже, дискурсивна свідомість стає відправною точкою на вісі координат у творчому процесі дискурсивної особистості, відображає її комунікативний та когнітивний досвід, авторський задум, спосіб бачення та переживання світу, які дискурсивна особистість реалізує в різних соціальних практиках.

У зв'язку з цим, слушною вважаємо думку М. Ф. Алефіренко, який визначає дискурсивну свідомість як такий тип свідомості, «що засновано на фокусуванні єдності протилежних одне одному головних учасників мовленнєво-мисленнєвої діяльності: суб'єкта та об'єкта. Дискурсивна свідомість спирається на мовленнєво-мисленнєву діяльність як головну умову її виникнення та на мовленнєву поведінку, її складову та форму реалізації» [2, с. 16]. Науковець уточнює, що «більш яскраво дискурсивна свідомість «працює» в автора художнього тексту, мисленнєво-мовленнєва (дискурсивна) діяльність якого подібна до діяльності диригента симфонічного оркестру, оскільки для нього важливо утримати в своїй дискурсивній свідомості все різноманіття вербалізованої смислової поліфонії, що є результатом переживань відповідної

дискурсивної події» [там само, с. 18]. Дискурсивний тип свідомості відображає своєрідне бачення та осмислення світу, яке дискурсивна особистість адресанта креативно інтерпретує адресату в процесі комунікації.

1.3.2. Дейв Баррі як комічна дискурсивна особистість. Виділені характеристики дискурсивної особистості властиві сучасному американському письменнику-гумористу Дейву Баррі (народився у 1947 р.), який розпочав свою кар'єру як публіцист у флоридській газеті *The Miami Herald* (1983 – 2005 р.р.). Дейв Баррі, працюючи автором гумористичної колонки, створив власний комічний стиль, який ґрунтується на відчутті (само-) іронії та сарказму. Дейв Баррі є автором понад тридцяти гумористичних оповідань, серед яких *“Homes and Other Black Holes”*, *“Dave Barry Does Japan”*, *“Dave Barry’s Complete Guide to Guys”*, *“Dave Barry’s Only Travel Guide You’ll Ever Need”*, *“I’ll Mature When I’m Dead: Dave Barry’s Amazing Tales of Adulthood”* та інші. У співавторстві з Рідлі Пірсоном опубліковано серію книжок про Пітера Пена: *“Peter and the Starcatchers”*, *“Peter and the Shadow Thieves”*, *“Peter and the Secret of Rundoon”*, *“Peter and the Sword of Mercy”*, *“The Bridge to Never Land”*. Романи автора *“Big Trouble”* (1999) та *“Dave Barry’s Complete Guide to Guys”* (1996) було екранізовано у 2002 та 2005 роках. З 1993 по 1997 рік на каналі CBS транслювався ситком *“Dave’s World”*, в основу якого покладено книжки Дейва Баррі *“Dave Barry Turns 40”* та *“Dave Barry’s Greatest Hits”*. З 1992 по 2012 рік Дейв Баррі грав на лідер-гітарі в рок-гурті *Rock Bottom Remainders* разом з такими видатними письменниками, як Стівен Кінг, Рідлі Пірсон, Мітч Елбом та іншими, які значно вплинули на його творчість.

Дейв Баррі є лауреатом Пулітцерівської премії 1988 року за «його постійне ефективне використання гумору як знаряддя для представлення свіжих поглядів на серйозні проблеми», отримав премію Уолтера Кронкайта у 2005 році за «досконалість у журналістиці» та премію «Фейрфакс», за «видатні літературні досягнення», представлену Фондом бібліотеки Фейрфакс у 2013 році. Дейв Баррі також є учасником телевізійних шоу (*Late Late Show with Craig Ferguson*, *Real*

Time with Bill Maher, MTP Daily etc), виступає на зустрічах з читачами (*Politics & Prose Bookstore, Books & Books Bookstore etc*), відвідує заходи в якості запрошеного промовця (*Google LLC, The University of Miami*), виступає з промовами на книжкових ярмарках (*Miami Book Fair, Rancho Mirage Writers Festival etc*) тощо.

Дискурсивний тип свідомості Дейва Баррі проявляється в діалогах з адресатом, де він використовує як вербальні, так і невербальні коди комунікації, до яких належать: активна жестикуляція руками, відкидання голови назад як варіант реагування на жарт, голосний сміх, посмішка, зоровий контакт з адресатом, закидання ноги на ногу, що створює невимушеність під час спілкування. Автор часто робить паузи для виділення частин інформації, в яких він закодує елементи створення комічного, а також пришвидшує темп вимови на позначення другорядної інформації, що допомагає йому втримати увагу адресата і перейти до нової теми або на контрасті представити комічне «включення». У письмовій комунікації мовленнєво-мисленнєва діяльність Дейва Баррі втілюється в графічних засобах: капіталізації, стильовому варіюванні шрифтів для вираження суб'єктивної оцінки та зосередження уваги адресата на важливих комічних деталях.

Креативність ідіостилю Дейва Баррі як комічної дискурсивної особистості полягає в порушенні композиційних канонів: оригінальні, притаманні саме авторській манері письменника назви змісту, побудовані на мовній грі (Пор.: “*Ye Olde Humour Column*”, де “*ye*” з давньоанглійської – це артикль “*the*”, “*The Plastic, Fantastic Cover*” – перекликання слів “*plastic*” та “*fantastic*” як прояв фонетичної гри); поєднання ненормованих за обсягом розділів (від двох абзаців до сорока чотирьох і більше); характерна обкладинка книжок з самоіронічною постаттю автора (див. дет. п.п. 3.2.), інконгруентне поєднання назви розділу з малюнками, шрифтами (див. дет. п.п. 3.3.), використання інтертекстуальних включень (стилізація, пародіювання, алюзія, цитата, реалія).

Таким чином, наведені риси поняття «дискурсивна особистість» та особливості їх реалізації Дейвом Баррі характеризують його як креативну

дискурсивну особистість і переорієнтовують ідіодискурс автора в площину комічного. Своєрідне (зокрема, іронічне, саркастичне) бачення світу Дейвом Баррі, відображене в комічному ідіодискурсі, є проявом карнавальної свідомості автора.

1.4. Постмодерністський ідіодискурс карнавальної свідомості автора

Карнавальність як одна з характерних рис постмодернізму полягає в перенесенні ознак пародійного стилю на художні тексти. Автори-постмодерністи вирізняються карнавальною свободою текстотворення, своєрідною логікою.

Як зазначає І. А. Бехта, «постмодерністський дискурс ґрунтується на трьох ключових лінгвістичних феноменах: інтертекстуальності, гіпертекстуальності та самореференційності» [28, с. 14]. Автор стверджує, що «інтертекстуальність уособлює еклектику однієї або кількох знакових систем, взятих із різних культурних сфер, епох та індивідуальних практик, що супроводжується виникненням нових або додаткових значень, текстуально закріплених цитатних відсилай. Гіпертекстуальність відбиває ідею ризоматичності письма з її тенденцією до нелінійності у сучасному мисленні: читач має вгадувати авторську логіку у послідовності викладу. Самореференційність виявляється у специфічній наративній манері, яка робить оповідь суттю тексту» [там само]. Визначені риси постмодерністського дискурсу характеризують автора як неординарну особистість, відкриту до експериментів із значенням та формою слова.

Дискурсивна особистість проявляє себе в різних типах дискурсу, зокрема в комічному. Комічний ідіодискурс є процесом інтенціональної лінгвокреативної діяльності автора [222, с. 210], який умисно вводить комічний текст у поле дискурсу, переслідуючи певні комунікативні цілі: спрогнозувати комічну реакцію адресата, його власну комічну інтерпретацію тексту.

Автор комічного ідіодискурсу – це людина граюча (Homo Ludens), яка виступає в ролі «творця» карнавальної моделі світу. Він виражає своє індивідуальне сприйняття реальності і прагне розділити його з адресатом. Автор і

адресат, таким чином, вступають у «карнавалізований діалог». Такий діалог «інтерпретується як «двоголосне слово», де домінує слово автора, що виражається в емоційній єдності та спільності автора і читача – ігрового діалогу, де сміх виступає як елемент ігрового ставлення до оточуючого світу, до людини, до мови» [215, с. 62]. Карнавальний сміх «руйнує усяку ієрархію, розвінчує сталі догми <...>, зближує та поєднує сакральне з профанним, високе з низьким, велике з нікчемним, мудре з нісенітним» [17, с. 15].

Автор комічного ідіодискурсу вдається до «механізмів карнавалізації» – тобто використовує карнавальні образи, теми, сюжети, мову для створення індивідуального комічного стилю, який відображає його *карнавальний тип свідомості*. Такий тип свідомості є властивим «креативній особистості жартівника. Комік заграє з адресатом, з універсумом, «переодягаючись» у блазня, використовуючи елементи театральної гри, маски, демонструючи карнавальну семантику, що виявляється у свободі висловлення, інконгруентності, тобто перевертанні світу «догори дригом». Гуморист створює своєрідну «пастку» і заманує адресата у своє карнавальне «дійство», змушуючи його грати за правилами карнавалізації, яка є колективним явищем» [220, с. 119-120]. Таким чином, карнавальна свідомість – це святкове світосприйняття автором буденності. Автор занурюється в неї як у своєрідний світ гри, обираючи особливий комічний стиль спілкування.

Ігрова тональність комічного ідіодискурсу створюється за допомогою використання різних засобів – гумору, іронії, самоіронії, сарказму, парадоксу, різних форм мовної гри тощо. Автор уживає ці засоби з метою розважити адресата, привернути увагу до себе та своєї творчості, зняти напругу, самовисловлення. В ігровій тональності ідіодискурсу виділяються два основні підтипи: тональність «розважальна» (жартівлива, гумористична) – обрана автором, щоб розважити себе й адресата, і тональність «чаруюча» – націлена на те, щоб викликати в адресата подив, захоплення. Розважальна тональність орієнтована на мовну форму комічного тексту, в той час як чаруюча – спрямована на його зміст [46, с. 28-29].

Ці два підтипи стають компонентами сучасного культурного простору, невід'ємною складовою процесу карнавалізації, представленої різноманітними видами прояву в усіх сферах людського життя, що свідчить про карнавалізацію сучасного життя, де зникають відмінності між реальністю та видовищем. Карнавалізація постає як «процес емоційно-експресивного спілкування, в основі якого перебуває сміхова стихія, карнавальне світовідчуття <...>, де відбувається постійне розповсюдження карнавальної енергії» [220, с. 119]. Під впливом цієї енергії створюється карнавально-маскарадна атмосфера, середовище, в якому автор комічних художніх текстів реалізує власні комунікативні вміння.

Карнавалізацію комічних художніх текстів виявлено на трьох рівнях: концептуальному – загальна організація (ідея твору, задум), сюжетному – конкретні епізоди, в яких присутня карнавальна естетика (гра масками, оригінальні теми тощо), і текстовому – використання стилістичних та графічних прийомів. До найчастотніших мовних засобів створення карнавалізації належать «мовна гра, пародія, інтертекстуальність, стилістично маргінальна лексика (жаргонна, лайлива лексика), злиття і контрастування літературної та нелітературної мови, синкретичні тропи, карнавальні образи та символіка, ігри з орфографією та структурно-графічним оформленням тексту» [64, с. 11]. У комічному тексті карнавалізація є своєрідною інтелектуальною грою, яка створює світ навиворіт, – це «акробатика змісту» [цит. за: 46, с. 31], де «думка виконує пірует» [там само], та «саме життя грає, а гра на деякий час стає самим життям» [17, с. 13], але «оформлене особливим ігровим способом» [там само, с. 12], де на перше місце виноситься гра в усіх можливих її проявах та варіаціях.

Карнавалізація втілюється в тексті, комунікації, розуміється як «перенесення карнавальних форм народної сміхової культури на літературну мову, трансформація цих форм у систему певних художніх засобів, <...> задля осмислення різних явищ – культурних, соціальних, художніх» [150, с. 375]. Карнавалізація – це запрошення автора до свята, «свята мовної гри, гротескних образів, філологічних вишукувань, лінгвістичних знахідок, <...> де роль мови виявляється подібною пружині, яка розгортає карнавальні сюжети, породжує

гротескні образи, яскраві та несподівані повороти та перетворення смислів» [259, с. 5]. Сутність теорії карнавалізації полягає в стиранні граней між дуалістичними протиставленнями: елітарного і популярного, високого і низького.

На думку В. О. Самохіної, карнавалізація – це «прояв комунікативної діяльності автора зі «світом навиворіт» і з адресатом, що проявляється у формі безперервного карнавального діалогу. В основі цього діалогу перебуває діалогічне слово з величезним комічним потенціалом, завдяки якому розгортається карнавальна дія – дискурс. Комічний вплив діалогічного слова виражається в сміховій реакції учасників. У результаті комічної карнавальної взаємодії учасники відчують емоційні співпереживання і отримують естетичне задоволення від розуміння інтерпретованої ними комічної вербальної або невербальної дії» [221].

Карнавальний діалогізм «виявляє себе в так званих «карнавальних острівцях» – на естраді, в ток-шоу на телебаченні, в Інтернеті, на площі, навіть на кухні, де немає ніякого викриття, навпаки, звучать комічні інтонації, розігруються «людські комедії» у вигляді жартів, анекдотів, маскараду, гумористичних віршів та пісень – все в народно-сміховій, карнавальній манері» [214, с. 124]. Сміховий діалог проходить в умовах комунікативної діяльності, основою якої є гра. <...> У діалогічній грі мета одна – створення основи для адекватного розуміння, сприйняття інформації, інтерпретації, розширення кругозору, створення нових смислів [218, с. 88].

В основу карнавального дійства покладено мовну гру як «творче, нестандартне, неканонічне, відхилення від мовної / стилістичної / мовленнєво-поведінкової / логічної норми використання будь-яких мовленнєвих одиниць та/або категорій для створення дотепних висловлень, у тому числі, комічного характеру» [371, с. 389], що допомагає будувати інший світ, протилежний офіційному, коли буденне і святкове міняються місцями, розсіюються, змішуються, тобто втрачають свою «обмеженість» [81, с. 54].

Мовна гра – це «певний тип мовленнєвої поведінки мовця, заснований на умисному (свідомому, продуманому) порушенні системних відносин мови, тобто деструкції мовленнєвої норми з метою продукування неканонічних мовних форм

і структур, які в результаті цієї деструкції набувають експресивного значення та здатність викликати у слухача/читача естетичний і, в цілому, стилістичний ефект» [369, с. 657]. Отже, мовна гра спричиняє навмисне цільове порушення мовної, мовленнєвої або комунікативної норми. Метою таких порушень є створення комічного ефекту, привернення уваги адресата та акцентування на певному факті, формування необхідного автору настрою тощо. Мовна гра трансформується в так званий лінгвокреативний код, автор якого – Homo Creans («людина, що творить»), і при цьому проявляє особливості індивідуальної самопрезентації в різних сферах та формах творчості.

В ідіодискурсі карнавальної свідомості Дейва Баррі мовна гра передає адресату карнавальний святковий настрій та створює зразки гумору, сатири, іронії на основі знань лінгвістичних та паралінгвістичних технік і прийомів.

1.4.1. Атрибут маски в комічному ідіодискурсі. Комічна сутність ідіодискурсу криється в грі «масками». Маска вважається невід'ємною частиною карнавалу, коли за кожною маскою виявляється ще ряд масок. Зміна масок під час карнавалу дає можливість людині відійти від своєї сутності, адже «карнавал стирає межі між життям і грою, створює ілюзію іншої дійсності, дає можливість розчинитись у натовпі, заховатися за обраною маскою» [151, с. 69]. Карнавальна маска стає своєрідною декоративно-стилізованою формою висловлення, певною «ширмою», за якою автор ховає своє справжнє «я» і постає перед читачем у різних комічних іпостасях, використовуючи так звані карнавальні «накладки», «гримаси для потіхи». Використання маски припускає створення «другого тіла» (умовної форми), що вимагає великої емоційної енергії, особливого виду творчості – імпровізації [161, с. 190]. «Приміряючи» маски, автор імпровізує з тематикою, обирає яскраві сюжети, образи, вживає відповідну «карнавальну» лексику, добирає влучні стилістичні прийоми, творить власну святкову квазіреальність, власний «святковий» світ, «у якому все існує за законами тимчасової «карнавальної свободи»» [147, с. 151].

У карнавальному художньому просторі маска мислиться не лише як атрибут чи предмет святкового дійства, а й як метафора, прийом, «спосіб самовираження, приховання/прояву автором самого себе в межах текстового простору з властивими лише йому індивідуальними особливостями світовідчуття, світогляду» [284, с. 362]. Таким чином, феномен маски під впливом епох зазнав трансформаційних змін і перетворився з простого атрибуту святковості, карнавалу на лінгвістичний феномен. Маска перетворюється на одну з форм взаємодії автора з адресатом, через яку повідомляється авторська позиція.

У лінгвістичних студіях маска стає механізмом творення якісно нового образу; посередником/медіатором між «справжнім» лицем/об'єктом (людиною, предметом, явищем, ознакою, інформацією тощо) та його образом як «результатом реконструкції об'єкта у свідомості людини», як новою якістю/зовнішністю/статусом; причиною ефекту певного спотворення/поплутання/приховання справжньої суті речей. Як посередник у комунікативному акті маска одночасно належить і своєму носієві, і його новій репрезентації, і тому контексту/середовищу, в якому вона діє і яким сприймається [104, с. 23].

В. А. Мар'янчик влучно наголошує на сполученості мовної особистості та маски в аксіологічному аспекті – використовуючи маску, автор «актуалізує або моделює в тексті ціннісний простір своєї мовної особистості» [157, с. 139]. Науковець також виділяє компоненти мовної особистості, які позиціонуються як мотиваційні фактори створення певної *мовленнєвої маски* (курсив мій – О. К.). До них належать: суб'єктивні компоненти (цілі, знання тощо) та об'єктивні (біологічні, соціальні, індивідуально-психологічні) [там само, с. 139-140].

Лінгвістичний феномен мовленнєвої маски привертає увагу багатьох дослідників [77; 104; 113; 137; 157; 166; 181; 193; 279; 280], однак у лінгвістичних студіях не існує сталого визначення через те, що кожен науковець визначає мовленнєву маску відповідно до мети дослідження. Деякі науковці сходяться у визначенні мовленнєвої маски як комунікативної стратегії, «вибір якої обумовлений цілями мовця, ситуацією, формою спілкування, фактором адресата; це тимчасова та ситуативна експлуатація чужої мовленнєвої поведінки, основаної

на зафіксованій в свідомості носія мови, узагальненій уяві про певний тип комуніканта» [280, с. 78; (пор.: 62)].

Досліджуючи мовленнєву маску жартівника, Є. А. Яковлєва та О. А. Ситнікова порівнюють її з маскою будь-якої іншої мовної особистості, зазначають, що «жартівник у залежності від мовної ситуації, як правило, здатний надіти на себе найрізноманітніші мовленнєві маски. При цьому мовець хіба що перевтілюється в іншу мовну особистість, тимчасово виконуючи її роль» [285, с. 3]. Авторки вважають, що «людині-жартівнику», яка приміряє мовленнєву маску, властиві такі інтегральні ознаки, як «ерудиція, комунікабельність, комунікативна емоційність, здатність до критичного і комічного сприйняття світу, спонтанна реакція на ситуацію спілкування, налаштованість на гумористичну тональність, переважання фатичної і розважальної інтенцій в мотивації спілкування» [там само].

Поділяємо думку М. В. Шпільмана, що мовленнєва маска «є засобом створення іміджу. При цьому імідж формується шляхом довгого «програвання», постійного повторення однієї і тієї ж маски до тих пір, поки сама маска не перестане «відчуватися» людиною, яка її використовує» [279, с. 53]. Письменник-гуморист, застосовуючи мовленнєву маску тривалий час, творить свій власний комічний імідж, стає упізнаваним для адресата. Отже, відносини автор-адресат є інтерпретаційними, вони співпрацюють, щоб визначити комічний імідж автора, який довершує його за рахунок мовленнєвої маски, а адресат отримує його в готовому вигляді.

У текстовій площині мовленнєва маска трансформується в динамічний процес «переодягнення мовних одиниць», «перекручування» значень і форм [113, с. 61], породжений суб'єктивною свідомістю автора. Він у такий спосіб залишає різні сигнали (вербальні та невербальні), розкидає окремі яскраві мазки, щоб зорієнтувати читача у своєму ментальному просторі, адже мовленнєва маска завжди створюється з урахуванням певного зразка – прототипу, який має бути відомим адресату, викликати уявлення про знайомі йому деталі.

Мовленнєва маска «складається з певних дій, набору жестів, фраз, інтонації, зовнішності тощо, які можуть не відповідати соціальним ролям мовця – її репертуар значно ширший, ніж набір соціальних ролей, а їх вибір, зміна та вміння розіграти формують одну зі сторін мистецтва впливу» [246, с. 113] конкретної дискурсивної особистості. Дейв Баррі створює власний неповторний образ, самопрезентує себе, перевдягаючи маски. Маска стає одним з його «мовленнєвих «ходів» самопрезентації автора комічних текстів, адже є пов'язаною з грою на підвищення чи пониження власного статусу, з однієї сторони, і статусу адресата – з іншої» [166, с. 442]. Надіти на себе маску для Дейва Баррі як автора-коміка – значить мати необмежені можливості у виборі та використанні мовних засобів, які занурюють текст у стихію гри, формують комічний імідж автора ідіодискурсу.

1.4.2. Полікодовість постмодерністського комічного ідіодискурсу.

Феномен карнавалізації в комічному ідіодискурсі детермінований особливостями постмодерністського світобачення. Постмодернізм дає можливість «поєднувати різноманіття традиційних та інноваційних стилів, змінювати встановлені межі між жанрами, художніми формами, теорією та практикою, високими та низькими стилями, балансувати між старими та новими формами художнього зображення» [151, с. 68; (див. також 313; 318; 351)]. Карнавальний постмодерністський текст переосмислює і пародіює всі попередні культурні епохи [65, с. 71], оскільки постмодернізм мислиться як своєрідний «генератор метафор і мовних ігор», якому притаманна суб'єктивність, комбінація факту і вигадки, значущість продуктивних можливостей уяви [281, с. 333].

Постмодернізму в карнавальній культурі властива відкритість до синтезування та мобільність індивідуально-письменницьких прийомів, які породили розмаїття текстових форм. Незважаючи на множинність цих форм, а іноді несумісність інтерпретацій постмодернізму, всупереч видозмінам та різноманіттю його літературних проявів, він визначився (перш за все, в письменницькій практиці) в константах художності [185, с. 278-279]. До основних рис постмодернізму належать: пародіювання, інтертекстуальність,

інтердискурсивність, (само-) іронія, прийоми гри, фрагментарність і принцип монтажу, жанровий та стилевий синкретизм, феномен маски тощо.

Постмодерністське сприйняття світу як абсурдного і непередбачуваного вплинуло на оповідні техніки, стилістичні засоби та прийоми класичної стилістики, що призвело до руйнування всіх загальноприйнятих правил та закономірностей їх функціонування в художньому тексті [10, с. 11], до довільної комбінації виразально-зображальних засобів, які, в свою чергу, створили спонтанне письмо, в якому панують наративний хаос, імпровізації, квазіреальність, варіативні мовні ігри тощо. Постмодерністський світогляд стає приреченим на «множинність інтерпретацій, відкритість вільного пошуку смислу та інтелектуального експерименту, ігрове моделювання реальності, на базі якого створюється і прочитується художній твір» [11, с. 17]. Ігрова природа постмодерністського тексту є результатом лінгвокреативної діяльності Номо Ludens, що виражається в нехтуванні художньо-естетичними канонами, абсолютній фривольності у виборі та використанні мовних ресурсів [254, с. 17].

Постмодерністські художні тексти відзначаються двоадресатністю – з одного боку, вони адресовані інтелектуальній еліті, знайомій з кодами культурно-історичної епохи, а з другого боку, масовому читачеві, який здатен віднайти «на поверхні» тексту доступний код, що стане джерелом безлічі інтерпретацій [271]. У таких текстах зростає рівень самосвідомості та самокритики. Автор, не приховуючи, прозоро демонструє адресату, якими прийомами він досягає комічного ефекту. Очевидно, що між ними утворюється певний спільний простір знання, їх співзнання, таке спільне мовне, мовленнєве, комунікативне знання між автором та адресатом, що полягає у фокусуванні єдності протиставлених одна одній особистостей, їх мовленнєво-мисленнєвої діяльності, представленої постійним рефлекторним моніторингом цієї діяльності. Вона здійснюється безперервно, охоплює поведінку не тільки мовця (автора), але й інших учасників комунікації, тобто суб'єкту, на якого націлене мовлення, та тих, хто спостерігає за мовленнєво-мисленнєвою діяльністю [2, с. 16-17]. Таким чином, стає зрозуміло, наскільки важливою виявляється роль мови в процесі репрезентації знань, у

відборі засобів збереження та передачі інформації в процесах виокремлення та обробки знань, в адекватній інтерпретації адресатом задуму адресанта.

Наступна властивість постмодерністських художніх текстів у комічному ідіодискурсі криється в їх *полікодовій природі*. Полікодовість перетворює ідіодискурс на «знаковий ребус, кросворд, у якому зашифровано інформацію» [113, с. 62]. Полікодовість проявляється у поєднанні різних знакових систем чи стилів мовлення, для розуміння якого адресат одночасно залучає всі рецептивні канали. До основних виявів полікодовості відносяться полістилістичність та полісеміотичність.

Полістилістичність як формальна домінанта постмодернізму в комічному ідіодискурсі розглядається як взаємодія різних художніх систем; змішання жанрів і жанрових форм; цитатність і алюзії як особливості тексту, що відображують «цитатне мислення»; поєднання різних мовних стилів: образного, науково-теоретичного, документально-публіцистичного [188, с. 23], головною метою яких є спростування укорінених опозицій «праведники-грішники», «довговічне-тимчасове», «істинне-хибне» тощо [185, с. 283].

Полістилістичність карнавальних художніх текстів – це особлива система побудови текстів, у якій відбуваються живі мовні процеси. Вона спирається на ритмічність стильових потоків усередині тексту, на динамічність живого художнього образу. Націленість на вібрацію мовного простору дозволяє автору побачити єдність двох процесів: того, що існувало завжди (традиції), та того, що буде розкрито у подальшому (новаторство) [53, с. 259-260], які поєднуються в «живий текст» – талановитий витвір карнавальної свідомості креативної особистості автора. Вона виникає тоді, коли «в рамках одного твору поєднуються стилі, образні мотиви, запозичення з арсеналу різних епох, регіонів, культур і субкультур» [85, с. 182]. Полістилістика виступає в ролі «одного із засобів посилення, загострення та збагачення естетичної виразності в загальній системі монтажу» [69, с. 63] як одного з основних засобів створення карнавальної реальності, де в межах одного комічного художнього твору відбувається постійне заміщення, зміна акцентів.

Полісеміотичність зумовлена «вживанням разом з вербальними знаками інших графічних позначок та ідеографічних елементів. <...> Полісеміотичність маніфестує активізацію знакових невербальних елементів, що мають тісний зв'язок із основним текстом. Вони є конструктивними елементами текстової тканини, виконують роль, рівнозначну з вербальними знаками. Такими знаковими елементами можуть слугувати математичні символи, пунктуаційні знаки, латинські записи, інтернет-адреси, різні графічні символи» [113, с. 62]. Отже, невербальні засоби передачі інформації в тексті – це не лише ілюстрації до вербальної частини тексту, а й самостійні знакові повідомлення, які несуть своє смислове навантаження [там само].

Постмодерністські комічні художні тексти Дейва Баррі містять у собі карнавальний заряд, який полягає в бажанні автора поділитися власним світоглядом, ідеями, вплинути на читача, пограти з ним у комічну головоломку. Автор удається до полістилістики, занурюється у вир карнавалу, де буденне і святкове міняються місцями, стираючи невидиму грань між собою, і втілюються в текстовому вимірі, карнавалізації. Карнавалізація як окремий творчий метод Дейва Баррі, як текстуалізована форма карнавалу засновується на ідеї перегортання смислу бінарних опозицій, породженій карнавальною свідомістю автора. Карнавальна свідомість мислиться як індивідуально-авторський погляд на світ, його гра з реальністю, мовна гра у тексті, тому комічний ідіодискурс – це дискурс комічної спрямованості, який є продуктом карнавальної свідомості автора, його когнітивної картини буття. Дейв Баррі як автор комічного ідіодискурсу – це талановита особистість, яка майстерно володіє постмодерністськими техніками та прийомами, творить особливу карнавальну реальність у художньому тексті, створює власний неповторний образ, приміряючи маски задля досягнення комічного ефекту та естетичного впливу на свого адресата.

1.5. Методологічне підґрунтя та процедура дослідження постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі

1.5.1. Теоретичні засади вивчення постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі. Дослідження постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі проведено в межах функціонально-комунікативного підходу, який поєднує фундаментальні положення функціональної та комунікативної парадигм і дає змогу вивчати мову в умовах комунікації суб'єктів. Постмодерністський комічний ідіодискурс постулює автора як головного активного суб'єкта комічної комунікації і, таким чином, спирається на засади антропоцентризму. Антропоцентризм характеризується як «особливий принцип дослідження, що полягає у вивченні наукових об'єктів, перш за все, у залежності від їх ролі для людини, за їх призначенням в її життєдіяльності, від їх функцій для розвитку людської особистості й її удосконалення» [120, с. 212]. Антропоцентричний принцип пов'язаний з «намаганням розглянути мовні явища у діаді «мова і людина» [там само, с. 213].

Функціонально-комунікативний підхід розширив поле ідіодискурсивних розвідок за рахунок аналізу лінгвістичних та екстралінгвістичних особливостей комунікації між автором і адресатом, зокрема вплив на неї екстралінгвального контексту, а також виділення функцій мовних одиниць у комічних художніх текстах Дейва Баррі та його комунікації з адресатом. Антропоцентричний погляд на мову та її співвіднесення з людиною ґрунтується на працях В. фон Гумбольдта, який влучно та змістовно зазначив, що «Мова – це світ, який пролягає між світом зовнішніх явищ та внутрішнім світом людини» [61, с. 304]. Тож дослідження мови відбувається в тісному зв'язку з вивченням мислення та свідомості людини, її духовного та культурного життя, адже «людина стає людиною тільки через мову, в якій діють творчі первісні сили людини, її глибинні можливості» [там само, с. 314].

Антропоцентрична парадигма визначається основними чотирма напрямками: 1) мова розглядається як «дзеркало» людини (базове поняття –

мовна картина світу); 2) людина досліджується як учасник спілкування (комунікативна лінгвістика); 3) виявляється природа існування мови в самій людині; 4) вивчається участь мови в пізнавальних процесах і когнітивній організації людини (комплексний підхід) [див. 57, с. 60]. Сутність антропоцентризму полягає в тому, що «людина стає точкою відліку в аналізі тих чи інших явищ, що вона залучена в цей аналіз, визначаючи його перспективи і кінцеві цілі» [120, с. 212], тому що «саме в мові і завдяки мові людина конститується як суб'єкт» [25, с. 293].

У межах антропоцентричної парадигми Дейв Баррі мислиться як певний антропоцентр художнього комічного тексту. Він пізнає світ через усвідомлення себе та власної діяльності в ньому. Автор «закріплює в мові свій фізичний вигляд, внутрішній стан, емоції, інтелект, ставлення до предметного і непередметного світу, до природи, своє ставлення до колективу людей та до іншої людини» [7, с. 3]. Мета Дейва Баррі як автора комічного ідіодискурсу полягає в креативному впливі на адресата за допомогою мови. Текст, який створює автор, є індивідуальним проявом його життєвого досвіду, світосприйняття, культури. Такий текст вважається егоцентричним, адже в кожному висловленні відчувається особистий вплив автора. Дейв Баррі вербально та невербально впливає на адресата, використовуючи постмодерністські техніки та прийоми створення комічного.

Постмодерністські художні тексти відображають особливе світосприйняття, світовідчуття автора. Автор-постмодерніст виражає власне іронічне ставлення до певних усталених соціальних, культурних, політичних, релігійних норм. Постмодернізм розуміється як «певна територія тотальної гри, в якій читач, текст, контекст і сам автор займають в ідеалі рівноправні позиції. Автор не диктує і не може диктувати всі ті смисли, які породжує текст, а читач заздалегідь готується почерпнути з тексту набагато більше, ніж хотів сказати автор» [183, с. 29].

Аналізуючи вплив постмодерністських тенденцій на мову, І. А. Бехта зазначає, що «на рівні композиції постмодерністський погляд на світ утілюється у відтворенні хаосу життя штучно організованим хаосом принципово

фрагментарної оповіді. Своєрідна риса постмодерністського тексту полягає в тому, що на рівні нарації у читача витворюється «невпевненість» в трибі його розвитку, своєрідна форма «коректуючої іронії» до всіх проявів життя» [27, с. 216], що приводить до «інтерактивності сприйняття, тобто залучення читача в співбуття, спільну креативну діяльність по створенню тексту» [149, с. 386]. Отже, діалогічні відносини між автором та адресатом встановлюються у процесі інтерпретації художнього тексту останнім.

Постмодерністська стратегія текстотворення «відбиває мовну екзистенцію людини, виявляє її самовираження через слово, дає змогу провадити принцип мовної гри в усьому» [165, с. 75]. Під впливом постмодернізму Дейв Баррі як комічний автор створює нові художні тексти засобами довільного компонування різних фрагментів у межах умовного комічного простору гри. Таким чином, текст розглядається як «нескінченний зв'язок слів та асоціацій» [182, с. 51]. Автор художніх текстів креативно підходить до використання постмодерністських прийомів текстотворення, які формують його ідіостиль.

1.5.2. Загальнометодологічні засади вивчення постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі. Одним із завдань функціонально-комунікативної стилістики тексту, в межах якої проводиться дослідження, є вивчення «дискурсивного потенціалу текстових одиниць, їх ролі в організації мовленнєвої та змістовно-сміслової структури тексту, а також питань композиції тексту, обумовлених екстралінгвальною основою останнього» [212, с. 18]. Такий підхід дозволив визначити основні *стильові характеристики* комічного тексту Дейва Баррі, в основі яких перебуває *полістилістичний принцип* організації постмодерністського комічного тексту.

Дейв Баррі як автор-постмодерніст гостро переживає перипетії американського суспільства, що знаходять відгук у його комічних художніх текстах засобами (*само-*) *іронії та сарказму*. Наведемо приклади:

(1) *People often say to me: “Dave, you are a leading journalism professional and not as short as I expected. What is your secret of success?”*

The answer is that, throughout my career, I have always kept one vital journalistic principle foremost in my mind: Try not to leave the house. A journalist who leaves his or her house can run into all kinds of obstacles, including:

- *Editors.*
- *Members of the public.*
- *News events involving actual facts.*

All of these obstacles can seriously interfere with the basic work of journalism, which is sitting around and thinking stuff up. This is what I mainly do, which is why I have been able to achieve a level of high-quality journalistic productivity ... [6, с. xi].

У прикладі порушено логіку наведення складових успіху Дейва Баррі (спілкування з видавцями тощо заважає, а не допомагає в роботі письменника, що є певним парадоксом). Проте створення комічних шедеврів автор пояснює алогічними діями (*sitting around* та *thinking stuff up*), які виражають самоіронію Дейва Баррі.

У наступному прикладі сарказм автора полягає у висміюванні податкового законодавства в США. Дейв Баррі використовує okazіональні назви магазинів – “*Ye Olde Shoppe*” та *Ye Olde Barne Shoppe* як наочний приклад безглузвих законів, прийнятих для того, щоб «здирати» ще більше коштів з платників податків. Прийом градації: \$50,000 → \$150,000 → *simply taken outside and shot* приводить до абсурдності – представники уряду працюють заради власних благ, а не населення, яке їх обрало.

(2) *We need to do something about this national tendency to try to make new things look like they are old.*

First off, we should enact an “e” tax. Government agents would roam the country looking for stores whose names contained any word that ended in an unnecessary “e,” such as “shoppe” or “olde,” and the owners of these stores would be taxed at a flat rate of \$50,000 per year per “e.” We should also consider an additional \$50,000 “ye” tax, so that the owner of a store called “Ye Olde Shoppe” would have to

fork over \$150,000 a year. In extreme cases, such as “Ye Olde Barne Shoppe,” the owner would simply be taken outside and shot.” [10, с. 14].

Слід зазначити, що термін «полістилістика» в межах теорії постмодернізму вперше був виділений у музиці. Він «виникнув як вид композиторської техніки, заснованої на з'єднанні в одному творі різних стилістичних явищ, використовуючи різні технічні прийоми (цитата, алюзія, колаж), вона знаходить інше значення, більш ємне, широкі, різнопланове, де вона розглядається на рівні «особливої концепції стилю», «нової логіки стилю», методу художнього мислення епохи» [76, с. 30-31].

Полістилістика «проявляє себе також і як стильова ідея, носій стильової семантики, як сукупність авторських композиційних принципів, які мають певні, досить стійкі семантичні функції. Кожен автор створює свою модель полістилістики, робить свої висновки, що і є у формуванні глибинної ідеї полістилістики найважливішим чинником і дає можливість вийти на рівень естетичного узагальнення» [58]. Полістилістика спирається на «плюралістичний постмодерністський світогляд, що породжує новий тип художнього сприйняття, де головним стає не розуміння художнього тексту, а процес експериментування з ним» [9, с. 14]. Метою полістилістики є якомога ширше представити різноманіття світу через синтез культурних та мовних знаків.

Оскільки полістилістика «передбачає навмисне поєднання різко контрастних стилів у межах одного твору, колаж сприймається як окремий випадок і як абсолютно необхідний для неї «поживний ґрунт»» [68, с. 42; див. також 69]. У художніх текстах Дейва Баррі під колажованістю розуміємо навмисне вставлення в текст уривків або частин інших текстів у вигляді інтертекстуальних уключень – цитат, алюзій, також поєднання різних стилів як елемента «аплікації» різних елементів на текстовому полотні. Наведемо приклад стилізації як прояву полістилістичності постмодерністських текстів Дейва Баррі:

(3) Before it will proceed any further with installation, the Installation Program wishes you to name the capital of Cameroon. And: How many men are in your unit? What is your objective? What is your radio frequency? What is the password?

ANSWER! THE INSTALLATION PROGRAM HAS WAYS TO MAKE YOU TALK! [4, с. 83].

Дейв Баррі вдається до стилізації під допит за рахунок уживання лексичних одиниць військової тематики (*unit, objective, radio frequency, password*) та капіталізації (*ANSWER! THE INSTALLATION PROGRAM HAS WAYS TO MAKE YOU TALK!*), що є маркером тиску з боку людини, яка проводить цей допит. Комізм криється в порушенні логіко-поняттєвих норм, створеного прийомом персоніфікації – комп'ютерна програма спілкується з людиною, що намагається її встановити.

Колажованість у комічних художніх текстах Дейва Баррі полягає не лише в уживанні інтертекстуальних елементів, а й в поєднанні вербального та невербального компонентів. Наприклад:

(4) *The first thing you need to do is perform a detailed financial analysis of how much money you have versus how much you're going to need to buy your house. The way you do this is you draw up what professional accountants call a "Balance Sheet," which should look like this:*



So we can see from this financial analysis that you are definitely going to need the bank to give you a lot of money in the form of a mortgage. The bank is willing to do this because, the way mortgages are set up, no matter how many payments you make, you still owe the bank all the money you ever borrowed [11, с. 32-34].

Комізм прикладу полягає в парадоксі та гіперболі. Парадокс виражений паралельними конструкціями: *to perform a detailed financial analysis – to draw up a “Balance Sheet”*. Уживання словосполучення *Balance Sheet* у лапках та модальне дієслово *should* в значенні рекомендації нівелюють професійність поради. Гіпербола представлена вербально (*you still owe the bank all the money you ever borrowed*) та невербально (малюнком). Відповідно, динозавр уособлює в собі банк, а кредитор зображений у вигляді зайця. Малюнок наглядно підтверджує погану рахункову історію клієнта.

Постмодерністським комічним текстам Дейва Баррі властиве «широке використання графічних засобів, експериментування з простором сторінки, нетрадиційне уживання великих літер, жирного шрифту та курсиву, відступів між рядками. Завдяки подібній візуалізації відбувається розширення рамок наративу» [79, с. 119]. Зазначені особливості постмодерністського художнього тексту, які втілюються автором через прийоми полістилістики, також властиві комічним художнім текстам Дейва Баррі, що зокрема представлені прийомом графону.

Графон визначається як стилістично значуще відхилення від графічних та/або орфографічних норм, до яких належать усі графічні засоби виділення слів і словосполучень, а саме «незвичайні, але мотивовані стилістичним контекстом написання (накреслення) слів (різні шрифтові виділення, розрядка, дефісація, введення в основний текст сторонніх знаків, написання прописом замість рядкового та інші графо-орфографічні альтернативи), а також фігурне розташування тексту на площині аркуша» [371, с. 106-107].

Використовуючи графічні засоби, Дейв Баррі широко вживає різні розміри шрифту та відділяє їх подвійними відступами. Найбільш важливу інформацію автор виділяє жирним шрифтом. Пропуск рядків між абзацами застосовується до художнього тексту, щоб зробити візуальний акцент на більш значущих його частинах. Автор навмисно вдається до гри зі шрифтами, щоб висміяти раптове погіршення зору. Пор.:

(5) *I don't want to read those stories. I'm glad they're written in bacteria letters. This is also how I feel about the long, scary Consumer Advisories that appear on virtually every product I buy, advising me how potentially deadly it is, like this:*

WARNING: Use of this product may cause nausea, insomnia, euphoria, déjà vu, menopause, tax audits, demonic possession, lung flukes, eyeball worms, decapitation, and mudslides. We would not even dare to sell this product if we did not have a huge, carnivorous legal department that could squash you in court like a baby mouse under a sledgehammer. We frankly cannot believe that you were so stupid as to purchase this product. Your only hope is to set this product down very gently, back slowly away from it, then turn and sprint from your home, never to return.

Back when I could read without reading glasses, I would glance at this information, and it made me nervous. But now, thanks to old age, it looks like this:

WARNING: Here we go again: But seriously, I really have absolutely nothing to tell you here, unless you want me to solve some mysteries that have totally baffled the human race, such as what is the true meaning of life, and whether there is intelligent life elsewhere in the universe and which, is the best long-distance carrier for you. Would you like me to tell you those things? You would? OK! I will, then! But first I want to tell you exactly who was responsible for the Kennedy assassination. Ready? Here goes: The Kennedy assassination was committed by This doesn't say anything. This is just a bunch of words I wrote here to make it look like there's a story under the headline. If you have gone to the trouble of blowing this up so that you can read it, let me just say: Congratulations, you have even more spare time than I do, which is saying a LOT.

But seriously, I really have absolutely nothing to tell you here, unless you want me to solve some mysteries that have totally baffled the human race, such as what is the true meaning of life, and whether there is intelligent life elsewhere in the universe and which, is the best long-distance carrier for you. Would you like me to tell you those things? You would? OK! I will, then! But first I want to tell you exactly who was responsible for the Kennedy assassination. Ready? Here goes: The Kennedy assassination was committed by This doesn't say anything. This is just a bunch of words I wrote here to make it look like there's a story under the headline. If you have gone to the trouble of blowing this up so that you can read it, let me just say: Congratulations, you have even more spare time than I do, which is saying a LOT.

So I can just cheerfully discard the Consumer Advisory and swallow the product. Granted, this is sometimes a poor decision, such as when the product is liquid drain opener. But I feel the trade-off is worth it [8, c. 14].

Комізм створюється за допомогою порівняння та іронії. У першому попередженні Дейв Баррі вдається до прийому порівняння, що полягає в зіставленні купленої продукції з бомбою (*set this product down very gently, back slowly away from it, then turn and sprint from your home, never to return*). У другому

попередженні Дейв Баррі використовує прийом іронії – *Congratulations, you have even more spare time than I do, which is saying a LOT*. Висновок приводить до порушення логіко-поняттєвих норм (*But I feel the trade-off is worth it*) – Дейв Баррі навмисно робить усе можливе, щоб погано бачити.

Розглянемо приклад, у якому Дейв Баррі використовує дефісацію для демонстрації недолугих намагань вивчити японську мову, яка виявилась доволі складною:

(6) *After a solid hour I was still not at all confident in my “Thank you”, and most of the other phrases in Japanese at a Glance were even worse. It was as if they had been cranked out by the Random Syllable Generator. The harder I tried to concentrate, the more confusing the phrases become, until they all looked like this:*

HELLO (formal): Wa-So-hah-na-Go-ma-na-So-la-ti-DOH

HELLO (informal): Hah-to-RAH-ma-ka-NYAH-nyah-nyah

HELLO (during rain): KO-rah-na-mah-NAY-ah-MOO-baaaaa” [3, с. 29].

Зважаючи на труднощі у вимовлянні голосних у японській мові, Дейв Баррі так і не зміг правильно вимовити еквівалентну англійській фразі “*Thank you*”, японську: *DOH-moh ah-REE-gah-toh*. Натомість автор промовив аж три різні варіанти (*Wa-So-hah-na-Go-ma-na-So-la-ti-DOH*; *Hah-to-RAH-ma-ka-NYAH-nyah-nyah*; *KO-rah-na-mah-NAY-ah-MOO-baaaaa*), жоден з яких не є правильним.

Таким чином, полістилістика як формальна домінанта постмодерністського текстотворення робить внесок у розробку проблем функціонально-комунікативної стилістики тексту, що прагне до створення інтерактивної концепції стилю. Компоненти функціонально-комунікативної стилістики тексту – це текст повідомлення, ситуативний контекст, особистості адресата та адресанта, включені в аналіз комічного ідіодискурсу Дейва Баррі.

1.5.3. Методика аналізу постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі. Визначені в дисертаційній роботі завдання дослідження потребують звернення до конкретних взаємопов’язаних методів, які ієрархічно

розподіляються на чотири базові етапи, представлені логічною послідовністю виявлення ознак комічного ідіодискурсу Дейва Баррі.

На **першому етапі** використані *загальнонаукові методи* лінгвістичного аналізу: *гіпотетико-дедуктивний метод* для встановлення гіпотези про те, що постмодерністський комічний ідіодискурс Дейва Баррі ґрунтується на глибоко осмислених проблемах антропоцентризму, постмодернізму та перевірки її істинності; *методи інформаційного добору та суцільної вибірки*, які передбачають створення корпусу фактичного матеріалу шляхом його систематизації.

На **другому етапі** *функціонально-комунікативний підхід* дозволив виділити в комічному ідіодискурсі Дейва Баррі основну – комунікативну макрофункцію та другорядні мікрофункції – емоційно-експресивну, темо-перемикальну, критичну та функцію детабуїзації, а також мовні засоби їх реалізації.

На **третьому етапі** досліджувались учасники комічного ідіодискурсу Дейва Баррі – особистості адресанта й адресата. Застосований *дискурс-аналіз* визначив наміри автора, реакцію та ступінь комунікативної та комічної компетенції адресата, зв'язки між ними, з огляду на що цей етап передбачав три кроки.

Перший крок полягав у формуванні комічного образу дискурсивної особистості американського письменника-гумориста Дейва Баррі, з урахуванням вербальних та невербальних характеристик його творчої діяльності. Другий крок етапу присвячено виявленню типів адресата в комічному ідіодискурсі Дейва Баррі. Виділено такі типи адресатів: за кількісним показником (індивідуальний, колективний, масовий), за приналежністю до певної лінгвокультури (національний, іншокультурний), реакцією на гумор (адресат-критик, адресат-емпатик). Третій крок спирається на визначення параметрів дискурсивного контексту комічного ідіодискурсу Дейва Баррі.

Четвертий етап зосереджено на обробці мовно-стилістичного вербального та невербального матеріалу з метою встановлення мовних особливостей комічного ідіостилю Дейва Баррі. Цей етап реалізовано в двох кроках.

На першому кроці, в межах *текстового аналізу*, запропоновано тематичний механізм створення комічного, який ґрунтується на понятті комічної емоційно-експресивної напруженості. Визначено, що напруженість пов'язана з динамічним переміщенням комічної інформації від теми до реми в комічних художніх текстах Дейва Баррі. Другий крок етапу спирається на *лінгвостилістичний метод*, що передбачає дослідження постмодерністських прийомів створення комічного в художніх текстах Дейва Баррі. Цей метод дозволяє зосередити увагу на таких особливостях, як: сарказм, іронія, абсурд, алюзія, ефект ошуканого очікування, парадокс тощо. Використання зазначеного методу сприяє осмисленню стилістичних фігур, засобів та прийомів комічного.

Загальнонаукові методи *спостереження, дедукції та індукції* сприяли верифікації, узагальненню та викладенню положень дисертаційного дослідження. Методи *аналізу та синтезу* застосовувались під час формування висновків.

Висновки до розділу 1

1. Дисертаційну роботу проведено в річищі функціонально-комунікативної стилістики тексту – лінгвістичного напрямку, якій інтегрує функціональний та комунікативний підходи до аналізу дискурсу. Функціонально-комунікативна стилістика тексту розв'язує питання, пов'язані з комунікативною активністю дискурсивної особистості, функціонуванням мовних одиниць та текстів у різних сферах діяльності з урахуванням контексту, комунікативних намірів та цілей адресанта й адресата.

2. У дисертації запропоновано визначення ідіодискурсу, в основу якого покладено поняття креативності. Ідіодискурс є зразком вербальної та невербальної поведінки креативної дискурсивної особистості в комунікативному просторі з урахуванням екстралінгвістичних факторів. Ідіодискурс характеризується творчим проявом авторської рефлексії, що існує в сукупності тематично наближених текстів, пройнятих індивідуально-авторським баченням картини світу, лінгвокреативним мисленням. Такий тип мислення втілюється в

ключових образах, темах, наборі виразально-зображальних засобів, які організуються в ідіостиль. Неповторна манера текстотворення автора ідіодискурсу пов'язана з лінгвокреативністю – здатністю автора оригінально представляти суб'єктивну точку зору за допомогою мовних засобів.

3. Ключовим елементом ідіодискурсу є категорія «образ автора», яка включає мовний та мовленнєвий прояв особистості в його ідіодискурсі. На мовностилістичні та композиційні особливості створеного автором тексту впливають екстралінгвістичні чинники (політичні, соціальні, релігійні тощо) та суб'єктивне ставлення автора до зображуваних ним ідей. Категорія «образ автора» співвідноситься з категорією авторської модальності для вираження автором бачення картини світу. Авторська модальність розкриває індивідуальну концепцію текстотворення автора, виражену мовними засобами.

4. Мовний аспект дискурсивної категорії «образ автора» вивчається неподільно від феномену дискурсивної особистості. Дискурсивній особистості притаманний дискурсивний тип свідомості, в якому поєднано два компоненти – мовленнєву поведінку та мовленнєво-мисленнєву діяльність. Дискурсивна свідомість відображає когнітивний і комунікативний досвід автора художнього тексту і є результатом переживань певної дискурсивної події. Американський письменник-гуморист Дейв Баррі як дискурсивна особистість представляє креативне бачення світу в текстовому просторі.

5. Ідіодискурсу Дейва Баррі властивий карнавальний тип свідомості, що створюється завдяки використанню карнавальних сюжетів, образів, тем, які, як результат, формують його комічний ідіостиль. Доречно говорити про комічний ідіодискурс, де автор вступає в карнавалізований діалог з адресатом і вживає різні мовні засоби досягнення комічного ефекту, а адресат інтерпретує їх та отримує естетичне задоволення від комунікації. У комічному ідіодискурсі Дейва Баррі процес карнавалізації простежується в постмодерністських художніх текстах, де автор удається до мовних засобів створення комічного. Комічний ідіодискурс – це дискурс комічної спрямованості, який є продуктом карнавальної свідомості автора, його когнітивної концепції буття.

У карнавальному просторі ідіодискурсу автор взаємодіє з адресатом через маску. В залежності від мовної ситуації, Дейв Баррі обирає відповідну мовленнєву маску, щоб донести до адресата свою авторську позицію. Мовленнєва маска містить у собі певний набір жестів, фраз, інтонацій, поведінкових дії, за допомогою яких автор має змогу самовиразитись. У площині художнього тексту маска перетворюється на процес змінення мовних одиниць, що перетворює текст на простір мовної гри.

6. На комічний ідіодискурс значний вплив справляє культура постмодернізму, для якої є властивим такий набір характеристик: фрагментарність, принцип монтажу, пародіювання (само-) іронічність тощо. Для постмодерністських комічних текстів характерною є полікодова природа, яка проявляється через полістилістичність та полісеміотичність. Полістилістичність – це поєднання різних стилів, образів, запозичення елементів текстів різних епох, культур у вигляді інтертекстуальних елементів та прецедентних феноменів. Полісеміотичність полягає у вживанні графічних елементів (пунктуаційних знаків, графічних символів, формул) разом з вербальними знаками. Невербальні засоби є рівнозначними вербальним, тому вони також використовуються як самостійні знакові повідомлення.

Основні положення цього розділу відображені в таких публікаціях автора: [125; 126; 127; 128; 129; 130; 131; 222; 223].

РОЗДІЛ 2. ФУНКЦІОНАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНА СПРЯМОВАНІСТЬ ПОСТМОДЕРНІСТСЬКОГО КОМІЧНОГО ІДІОДИСКУРСУ ДЕЙВА БАРРІ

2.1. Комунікативна макрофункція комічного ідіодискурсу Дейва Баррі

Функціонально-комунікативний ракурс дослідження комічного ідіодискурсу враховує функціональні ознаки мовних одиниць. Встановлено, що комічному ідіодискурсу Дейва Баррі властивий певний набір функцій, які різняться в залежності від лінгвостилістичних засобів їх реалізації.

Згідно з З. М. Бакаловою, функції «породжуються в потоці усного та писемного мовлення <...> відповідно до функціональних потенцій мовних одиниць» [14, с. 46]. Функція є «проявом сутності мови, її призначення й дії в суспільстві, тобто функція мови – це її характеристика, без якої вона не може бути собою» [365]. Як зазначає М. М. Кожина, «у процесі функціонування проявляються найбагатші творчі можливості мови, які й фіксуються в мовленнєвих творах, у текстах, але ніколи не вичерпують себе завдяки нескінченній різноманітності екстралінгвістичних ситуацій та факторів (у їх комбінаціях), що обумовлюють закономірності функціонування мови» [107, с. 17].

Макрофункція комічного ідіодискурсу Дейва Баррі – це загальна функція, яка впливає на учасників комунікації. Комунікативна макрофункція відображає процес соціалізації дискурсивної особистості, її вербальну та невербальну реакцію під час комунікації, відповідає за регулювання відносин між комунікантами. Комунікативна макрофункція дає поштовх для передачі певної інформації, оскільки «від комунікативної мети залежить мовленнєва поведінка людини, зміст, композиція і стиль її мовлення» [212, с. 15].

Комунікативна функція – це основна функція мови, яка «передбачає спілкування людей за допомогою мови, передачу інформації один одному. З комунікативною функцією пов'язані такі стильові риси, як невимушеність,

чуттєва конкретність, емоційно-оцінна інформативність. Еліптичність (пропуск слів, звуків, складів, частин пропозиції) також пов'язана з бажанням найшвидше передати інформацію, увійти в контакт зі співрозмовником. Уривчастість і непослідовність мови з логічної точки зору пов'язані з бажанням мовця загострити увагу на якийсь думці, більш адекватно передати те чи інше поняття. Саме такі відступи і породжують уривчастість і непослідовність мови з логічної точки зору» [363, с. 157]. Комунікативна макрофункція в комічному ідіодискурсі стосується особливостей передачі автором інформації адресату, комунікативної поведінки автора й адресата, специфіки добору вербальних та невербальних засобів.

Комунікативна макрофункція комічного ідіодискурсу Дейва Баррі націлена на комічний вектор комунікації, ефективність якої залежить від реалізації автором певних настанов. Провідною є настанова на комічний ефект – Дейв Баррі не просто повідомляє інформацію адресату, його мета полягає в тому, щоб розсмішити адресата та підняти настрій. Настанова на комічний ефект реалізується в мовленнєво-композиційній формі подання інформації. Ця настанова корелює з «настановою на самого себе – як мовець презентує себе, представляється адресанту або слухачу; настановою на адресата (найважливіша) – як мовець «прилаштовується» до адресата; настановою на слухача – мовець урахує у своїй комунікативній поведінці присутність іншої особи (інших осіб); настановою на третіх осіб – ті, хто відсутні в ситуації, але можуть входити у сферу інтересів мовця або слухача; настановою на дійсність – референція; настановою на пропозиційний зміст – відрізняється від настанови на дійсність, оскільки лише відображає її в мовному вислові; настановою на мовні засоби – вибір найбільш влучних засобів» [31, с. 34-35]. Наведені настанови виконуються Дейвом Баррі в постмодерністському комічному ідіодискурсі як в усній, так і в письмовій комунікації.

2.1.1. Реалізація комунікативної макрофункції в усній комунікації. У комунікативній функції комічного ідіодискурсу втілюються комунікативні наміри

адресанта й адресата, представлені у формі діалогу, який проявляється «в усій повноті свого вираження (словесно-інтонаційного і паралінгвістичного) та спрямування з урахуванням усіх позамовних чинників (соціальних, культурних, психологічних), істотних для успішної мовної взаємодії» [362, с. 34-35] та має на меті «досягнення творчого порозуміння» [18, с. 319-320] між ними. Таким чином, діалогічність комічного ідіодискурсу розуміється як його невід’ємна характеристика, адже усяка комунікативна подія спрямована на адресата.

Успішність діалогічного спілкування залежить від фатичної інтенціональності, налагодження діалогічних відносин між Дейвом Баррі та адресатом. Діалог в усній комунікації «віддзеркалює комунікативну подію усного, контактного, безпосереднього спілкування, в якому партнери вербально (а також і невербально) <...> прагнуть досягти бажаних результатів [262, с. 158-159].

У діалогічних відносинах мовці «розуміють один одного не тому, що передають співрозмовникові знаки предметів, <...> а тому, що взаємно зачіпають один в одному одну і ту саму ланку в ланцюзі чуттєвих уявлень і внутрішніх понять, <...> завдяки чому у кожного спалахують у свідомості відповідні, але не тотожні смисли» [61, с. 165]. У діалозі актуалізуються когнітивні процеси розуміння, трансформуються значення та смисли, що розширює межі розуміння. Діалог є формою існування особистості, засобом її формування та соціалізації, адже «лише у спілкуванні, у взаємодії людини з людиною розкривається і «людина в людині», як для інших так і для самого себе» [16, с. 434].

Діалогічне спілкування в комічному ідіодискурсі має свої особливості: в усній комунікації діалогічні відносини між Дейвом Баррі та його адресатом підрозділяємо на три етапи – встановлення, підтримання та завершення.

1. Встановлення діалогічних відносин.

(7) *BILL MAHER: All right, he's the Pulitzer Prize winning humorist. His new book is "Live Right and Find Happiness (Although Beer is Much Faster)". Dave Barry is over here. How are you, sir? Great to see you! [a handshake].*

Dave, you are what I call "RF" – reliably funny.

DAVE BARRY: Thank you [39].

Представлений уривок інтерв'ю демонструє встановлення контакту між Дейвом Баррі та ведучим телешоу Біллом Маєром. Вербальна складова – це обмін привітальними репліками між Біллом Маєром (*How are you, sir? Great to see you!*) і Дейвом Баррі (*Thank you*), а невербальна – міцне рукостискання, посмішки та зоровий контакт (рис. 2.1.). Вербальні та невербальні прояви емоцій комунікантами дозволяють зробити висновок, що Дейв Баррі та Білл Маєр налаштовані на позитивний перебіг комунікації.



Рис. 2.1. Підсилення вербального привітання невербальними елементами в комунікативній макрофункції

У наступному прикладі встановлення діалогічних відносин між Дейвом Баррі та Крейгом Фергюсоном, відомим американським ведучим, який з 2005 по 2014 рік вів популярне телевізійне шоу “*The Late Late Show with Craig Ferguson*” на каналі *CBS*, відбувається як за допомогою вербальних, так і невербальних засобів комунікації. Крейг Фергюсон представляє Дейва Баррі глядачам телевізійного шоу і, таким чином, вербально встановлює з ним контакт. Невербальне встановлення діалогічних відносин між Дейвом Баррі та Крейгом Фергюсоном (рис. 2.2.) можна підрозділити на три кроки: встановлення контакту Дейвом Баррі з Крейгом Фергюсоном (рис. 2.2а), підтримання контакту (рис. 2.2б) та розмикання тактильного контакту між комунікантами (рис. 2.2в):

(8) *CRAIG FERGUSON: Welcome back! My next guest is the Pulitzer Prize-winning writer. His latest book “Lunatics”. <...> Dave Barry everybody!* [38].



Рис. 2.2. Установлення діалогічних відносин між Дейвом Баррі та Крейгом Фергюсоном

Кінесичні та проксемічні складові вищенаведених зображень – широкі посмішки на обличчях та близька відстань у момент привітання свідчать про дружні та теплі відносини між Дейвом Баррі та Крейгом Фергюсоном.

Задля встановлення діалогічних відносин з аудиторією під час одного з турів Америкою на підтримку книги “*You Can Date Boys When You’re Forty*” Дейв Баррі починає свій виступ з невимушеного жарту, в якому автор представляє так звану історію обрання назви книги:

(9) *DAVE BARRY: Thank you all for coming up! Um... About the title ... I don't usually ... I mean I end up giving them the title but as only they make me suggest like a lot of them and they reject most of them. Um ... I actually suggested some of these titles for this book [You Can Date Boys When You're Forty]: “Dave Barry's Vague General Book of Humor Topics”, “Dave Barry's Guide to Whatever this Book is About”.*

AUDIENCE: [laughter].

DAVE BARRY: *Um ... this was the branding one and this was after I got tired of getting rejected: “Dave Barry. A Dave Barry Book by Dave Barry”.*

AUDIENCE: *[laughter]*.

DAVE BARRY: *And the one I wanted to use and actually pushed really hard for but they rejected was: “Dave Barry. You Probably Thought He Was Dead”.*

AUDIENCE: *[laughter]* [19].

Для створення комічної атмосфери в аудиторії Дейв Баррі вдається до декількох стилістичних прийомів. Він використовує лексичні повтори, виражені власним ім'ям (*Dave Barry*), тим самим применшує значущість нещодавно опублікованої книги “*You Can Date Boys When You’re Forty*”. Автор, жартуючи, називає її «невизначною» та «посібником з абичого». Також письменник виражає власну втомленість від процесу обиравання назви книги, таким чином створює абсурдні назви (“*Dave Barry’s Vague General Book of Humor Topics*”, “*Dave Barry’s Guide to Whatever this Book is About*”, “*Dave Barry. A Dave Barry Book by Dave Barry*”), в одній з яких зазначає лише власне ім'я та прізвище (*Dave Barry*). Наостанок, він уживає чорний гумор у черговій назві книги “*Dave Barry. You Probably Thought He Was Dead*”. Сміх аудиторії свідчить про успішність перебігу комунікації та досягнення Дейвом Баррі поставленої мети – розрядити обстановку та викликати комічний ефект.

Для етапу встановлення діалогічних відносин є характерною така риса, як спонтанність, що превалює під час відповідей Дейва Баррі на телефонні дзвінки в студії та запитання присутніх гостей. На відміну від заготовленого тексту виступу перед аудиторією, спонтанна комунікація Дейва Баррі з адресатом відзначається частими паузами, лексичними та звуковими повторами:

(10) ALLEY KATHRIN: *Hi! Thanks for taking my call. My question is about your sense of humour. You’ve said you got a lot of sense of humour from your mother and your family but you seem to bring a lot of enthusiasm and good life cheer humour. So, where do you get your enthusiasm? Thank you.*

DAVE BARRY: *Thank you for the question. Um... I guess I like [pause] I’ve always liked being ... um... You know, be able to amuse people [pause]. It’s a form of,*

you know, it's a performance anyway and I like to make people laugh. So, when people are amused I guess I get the same gibing like any of stand-up comedian gets from the audience ...um... You know, you are enthusiastic about it. You like to make people laugh. It's fun when people are enjoying what you are saying. So, it's very different from writing humour which is not like that at all. Cause you don't get any feedback, you know, no reaction at all from anybody. You're just staring at the screen and hoping that somebody else there will find it ... um... you know, entertaining. It's more rewarding to talk to people. But it's also riskier, cause you don't know if they gonna laugh or not [1].

Прояв спонтанності полягає у використанні таких просодичних засобів, як пауза та уповільнення темпу мовлення. Автор-гуморист, уживаючи ці засоби, ретельно обмірковує свою відповідь на поставлене запитання. Дейв Баррі часто вдається до фонетичних та лексичних повторів (*um* та *you know*). Кінесична складова комунікації (рис. 2.3.) – це зосереджений погляд Дейва Баррі та стрічний натиск пальців рук, що вказує на сконцентрованість письменника на заданому питанні.



Рис. 2.3. Кінесична складова комунікації в комунікативній функції

Яскравим прикладом спонтанної інтеракції з аудиторією слугує комунікація Дейва Баррі з однією із присутніх учасників зустрічі у компанії Google:

(11) DAVE BARRY: ... So, what I want to do is, I would like to read a ... um..., do a little dramatic reading of, of one part of one essay on men and women where I'll, I'll answer questions from women, but to do that I need a woman to come up here and the role of a woman. Yeah, come on up! [pause]. And I'll, I hope that I brought it. Yup. It's exciting, huh? She's already regretting this.

AUDIENCE: [laughter].

DAVE BARRY: *Let me turn this into a temporary lectern. Hi! I'm Dave, and you are [pause].*

MICHELLE: *Sufficiently female.*

DAVE BARRY: *Yes, you are.*

MICHELLE: [laughter].

DAVE BARRY: *But you have an actual name like [pause].*

MICHELLE: *Michelle. Hi!*

DAVE BARRY: *Ok, that's my wife's name. You're not my [pause]. No.*

MICHELLE: *No.*

DAVE BARRY: *Okay.*

AUDIENCE: [laughter] [18].

У цьому прикладі комунікація є спонтанною не тільки для Дейва Баррі, а й для його адресата Мішель. Проксемічна складова комунікації (рис. 2.4.) також це підтверджує.



Рис. 2.4. Проксемічна складова комунікації в комунікативній функції

Дейв Баррі нахиляється корпусом ближче до дівчини, що свідчить про його готовність до дружнього діалогу. Дівчина, навпаки, відхиляється від нього — опроряд її збентеженості. Дейв Баррі вживає лексичні повтори прийменника *of* (*reading of, of one part of*), фонетичні повтори (*um*) та паузи. Для встановлення діалогічних відносин Дейв Баррі використовує клішовану фразу (*Hi! I'm Dave, and you are*), але отримує неочікувану відповідь від адресата (*Sufficiently female*), що є характерним для спонтанної комунікації та приводить до сміхової реакції.

2. Підтримання діалогічних відносин.

Для підтримання діалогічних відносин з Дейвом Баррі ведучий телешоу застосовує прийом гіперболи (*I haven't seen you in forever*) та власну назву – тричі повторює ім'я *Dave* з пониженням тембру голосу та уповільненням вимови.

(12) TV-HOST: *Dave, Dave, Dave ... Good. Glad to see you. I haven't seen you in forever. I haven't read this ["Lunatics"] yet.*

DAVE BARRY: *Nor have I. I wrote a half of it.*

CRAIG FERGUSON: *Let's see. This is written by you and Alan Zweibel.*

DAVE BARRY: *The half I wrote I had to read [laughter]* [38].

Комізм полягає в порушенні Дейвом Баррі логіко-поняттєвих норм за рахунок літоти – автор применшує власний внесок у написання книги. Дейв Баррі точно знає, про що в ній написано, адже автори, як відомо, дуже ретельно ставляться до процесу написання.

У наступному прикладі Дейв Баррі та інтерв'юер удаються до вербальних (уточнююче та питальне речення: *"That's interesting"; "Yeah, how do you do that?"*) та невербальних (пауза, сміх) засобів для підтримання діалогу:

(13) DAVE BARRY: *Fortunately in my book, which, by the way, is for sale [pause].*

INTERVIEWER: *Yes, I know [laughter].*

DAVE BARRY: *There is a section in it which explains how to speak any foreign language in less than 30 minutes [pause]*

INTERVIEWER: *That's interesting.*

DAVE BARRY: *Without even knowing what you're saying.*

INTERVIEWER: *Yeah, how do you do that?*

DAVE BARRY: *Well, you have to read my book, which, by the way ... oh*

INTERVIEWER: *[laughter]* [36].

Комізм виникає за рахунок алогізму – *without even knowing what you're saying*, тобто розділ книги є «нісенітним». Отже, беззмістовна книга виявляється досить затребуваною.

Також виділено приклади, в яких підтримання комунікації між Дейвом Баррі та адресатом є вимушеним. У наступному уривку з відеофрагменту ведучий веде інтерв'ю повільно, щоб заповнити відведений час прямого ефіру:

(14) *TV-HOST: So, how is it going?*

DAVE BARRY: Good, good, thanks for asking. And you?

TV-HOST: I'm great. Thank you for asking.

DAVE BARRY: Congratulations on a hundred shows!

TV-HOST: We did us a hundred times. Can you believe that?

DAVE BARRY: With the skyline [pause].

TV-HOST: Yeah. No, 'tis a pity.

DAVE BARRY: Yeah, maybe in the next hundred shows you could, I don't know, it could be day. Hmm [pause].

TV-HOST: That's [pause]. It has never been day on a show.

DAVE BARRY: No, no [pause].

TV-HOST: Um [pause]. All right. Well, have you seen what we've done in the green room?

DAVE BARRY: No, I have not.

TV-HOST: There is a chair.

DAVE BARRY: WOW! First class [33].

Під час інтерв'ю Дейв Баррі та ведучий часто роблять паузи, однак з різною метою – Дейв Баррі вичікує на реакцію адресата, щоб зрозуміти, чи розділяє останній його гумор, а адресат, для додаткових когнітивних операцій – намагається підібрати доречну відповідь, однак, безуспішно. Інтерв'юер переходить на відсторонені теми – *Well, have you seen what we've done in the green room? There is a chair*, Дейв Баррі у відповідь удається до сарказму – *WOW! First class*. Доходимо висновку, що ведучий має погане почуття гумору.

3. Завершення діалогічних відносин.

(15) *DAVE BARRY: Well, anyway, thank you all for coming. I'll be glad to sign your book, anyway. Thank you!*

AUDIENCE: [Applauses] [19].

Завершення комунікації з аудиторією в ході презентацій книги проходить досить стримано, що підтверджує проксемічна складова: зважаючи на досить далеку відстань між аудиторією та Дейвом Баррі, в момент прощання (рис. 2.5.) він лише махає рукою та вживає типову фразу на прощання (*Thank you!*). Аудиторія відповідає Дейву Баррі оплесками.



Рис. 2.5. Проксемічна складова комунікації в комунікативній функції

Під час особистої зустрічі з ведучим телепрограми Дейв Баррі, щоб виказати свою повагу, на прощання тисне руку, що вказує на позитивне завершення комунікації. Вербально це підтверджується прислівниками *great*, *so much* та клішованими фразами – *It's my pleasure. Thank you!* Середня дистанція (рис. 2.6.) свідчить про перебування комунікантів у особистісній зоні спілкування.

(16) TV-HOST: *Great to have you! Thanks so much for joining us!*

DAVE BARRY: *It's my pleasure. Thank you!* [26].



Рис. 2.6. Завершення комунікації між Дейвом Баррі та ведучим

Завершення діалогічних відносин між комунікантами також може мати настанову на продовження. Коли Дейв Баррі прощається, він експліцитно вживає в своїй репліці обставини майбутнього часу (*next week, every week, forever*). Однак це приводить до порушення онтологічних норм, тому що учасник телевізійного шоу є гостем і не може приходити на програму в якості запрошеної знаменитості, коли йому забажається. Це й робить ситуацію комічною.

(17) *TV-HOST: Special thanks to our guest Dave Barry!*

DAVE BARRY: And I'll be back next week and every week [pause] forever [34].

Комунікативна макрофункція в усній комунікації реалізується за допомогою вербальних (лексичні повтори, прецедентні імена та назви, клішовані фрази, іронія, сарказм) та невербальних засобів (рукостискання, посмішка, зоровий контакт, обійми, помах руки, паузи, зміна інтонації) під час установа, підтримання та завершення діалогічних відносин між Дейвом Баррі й адресатом.

2.1.2. Актуалізація комунікативної макрофункції в письмовій комунікації. Діалогічна сутність письмової комунікації криється в зворотньому зв'язку з імовірним адресатом і так само, як і усна, представлена трьома етапами: встановлення, підтримання та завершення діалогічних відносин. У письмовій комунікації Дейв Баррі покладається на наявність в адресата фонових знань та почуття гумору.

1. Встановлення діалогічних відносин.

Контакт між Дейвом Баррі та ймовірним адресатом встановлюється на початку кожного розділу книги за допомогою прийомів створення комічного.

Орієнтуючись на ерудованого адресата, Дейв Баррі у нижченаведеному прикладі використовує прецедентне ім'я *Brad Pitt* та прецедентну ситуацію – найменування каналізаційно-насосної станції на честь Дейва Баррі.

(18) *I'm not saying that I'm as big a celebrity as Brad Pitt, although when you look at the following side-by-side comparison of Brad and me in chart form, you'll see that there's not really such a huge difference:*

<i>Celebrity indicator</i>	<i>Brad Pitt</i>	<i>Me</i>
<i>Gets recognized in public</i>	<i>Yes</i>	<i>Sort of</i>
<i>Is wanted carnally by every woman on Earth</i>	<i>Yes</i>	<i>No</i>
<i><u>Has a sewage lifting station named for him in Grand Forks, N.D.</u></i>	<i>No</i>	<i>Yes</i>

[14, с. 68].

Цей приклад є комічною стилізацією під бланк соціопитування, комізм якого полягає в наглядному порівнянні Дейва Баррі з відомим голлівудським актором Бредом Піттом. Для того, щоб скласти конкуренцію Бреду Пітту, Дейв Баррі застосовує прийом гіперболи та додає до переліку індикаторів ступеня знаменитості факт про іменування каналізаційно-насосної станції у Гранд-Форкс (Північна Дакота) на його честь, щоб хоча б чимось бути відомим. Також цей факт є відсиланням на прецедентну комічну ситуацію, коли Дейв Баррі, невдало пожартувавши з приводу поганої туристичної розвиненості одного з американських штатів – Північної Дакоти, отримав запрошення на урочисте відкриття каналізаційно-насосної станції, названої його ім'ям. Гумор виникає внаслідок порушення логіко-поняттєвих норм через те, що зазначена інформація – це сарказм, і Дейв Баррі насправді не пишається тим, що його ім'ям названо каналізаційно-насосну станцію. Дійсно вагомим показником є присудження Дейву Баррі Пулітцерівської премії, однак автор не зазначає цей факт.

Уживання риторичного запитання в наступному прикладі (*You want to know what's wrong with America?*) змушує адресата замислитись над такою глобальною темою, як добробут американського суспільства.

(19) *You want to know what's wrong with America? I'll tell you what's wrong: too many kinds of sneakers* [6, с. 13].

Гумор виникає за рахунок ефекту очікування, що не справдилось, актуалізованого прийомом паралелізму – замість вирішення дійсних проблем американського суспільства (економічних, соціальних, політичних тощо), американці зайняті «проблемою» вибору кросівок.

У наступному прикладі комічний ефект досягається за рахунок уживання їдкого сарказму. Автор використовує контрасти для висловлення власного враження стосовно Бразилії (*“Brazil is a beautiful country!” they'd say. “Don't wear any jewelry!” Or: “The Brazilians are so nice! Do NOT carry cash!”*). За кожним позитивним відгуком слідує негативний. Прикметник *any* (*“Don't wear any jewelry!”*) та негативна частка *NOT* (*“Do NOT carry cash!”*) є імплікацією того факту, що, замість зустрічі з доброзичливими мешканцями Бразилії, вони зустрінуться з кradіями.

(20) *When I told people I was going to Brazil, they all had basically the same reaction:*

“Brazil is a beautiful country!” they'd say. “Don't wear any jewelry!”
Or: “The Brazilians are so nice! Do NOT carry cash!” [15, с. 69].

Для встановлення діалогічних відносин з адресатом Дейв Баррі вдається до прийому капіталізації, щоб привернути увагу до найбільш важливої інформації:

(21) *I LOVE JOKES. THE WORSE THE BETTER* [10, с. 7].

Наведений приклад є аксіомою, на якій ґрунтуються всі жарти Дейва Баррі. Ця аксіома свідчить про те, що жарти є їдкими, різкими, іронічними, абсурдними – Дейв Баррі наводить прийом сарказму. Капіталізація підсилює інтенцію автора та виконує роль тригера, привертаючи увагу адресата.

Капіталізація також застосовується до окремих лексем, що є так званими відправними точками у створенні комічного ефекту:

(22) *HUNDREDS of thousands of years ago, America was very different. There was no civilization: no roads, no cities, no shopping malls, no Honda dealership* [7, с. 3].

Уживання прописних літер у слові *HUNDREDS* звертає увагу адресата на прийом перебільшення. Дейв Баррі включає до переліку дороги, міста, магазини тощо, а має на увазі, що сотні тисяч років тому ще не існувало Америки – парадоксальне судження.

Особливістю діалогічних відносин у письмовій комунікації є самість – Дейв Баррі вступає в діалог із собою, що є проявом внутрішньої діалогічності услід за концепцією М. М. Бахтіна (див. дет. [17]). Дейв Баррі моделює образ співрозмовника у своїй свідомості («Інший») та веде із ним діалог у форматі «Я-Інший». Розглянемо приклади (23) та (24):

(23) *What makes us happy?*

It's definitely not money. To quote the old saying that old people are always saying: "Money can't buy happiness."

How very true that is.

Oh, you might think money would make you happy. But would it really? Let's say you inherited a billion dollars. You could have a private jet, live in a mansion with a swimming pool, drive a Maserati. You could drive your Maserati into your swimming pool if you felt like it. That's how rich you'd be.

But would all the money really make you happy? Would your family and friends really love you any more?

Ok, they probably would, especially if you let them ride in your jet. <...>

So apparently the old saying is wrong: Money can buy you happiness. The problem is, you need a really large quantity of it [15, с. 1-2].

У вступі книги (*"Live Right and Find Happiness (Although Beer is Much Faster): life lessons and other ravings from D. Barry"*) Дейв Баррі звертається до свого альтер-Его, використовуючи лексичні повтори займенника *you* та *your*, та риторичні речення (*But would it really?, But would all the money really make you happy?, Would your family and friends really love you any more?*). Комізм

досягається іронією, яка виражена стилістичним прийомом гіперболи (*you need a really large quantity of it*).

(24) *What I want to know is: Why is it important to have visible stomach muscles?*

I grew up in an era (the Paleolithic) when people kept their stomach muscles discreetly out of sight. Most of us didn't even realize we had stomach muscles; the only people who ever actually saw them were courageous surgeons willing to cut through fat layers the thickness of the Cleveland white pages [5, с. 139].

У розділі книги (*“Dave Barry is From Mars and Venus”*) Дейв Баррі звертається до самого себе, вживаючи спеціальний тип питального речення (*Why is it important to have visible stomach muscles?*), мета якого є змусити адресата – «Іншого» розмірковувати над, здавалося б, очевидною інформацією. Комізм криється у відповіді Дейва Баррі на власне питання (*I grew up in an era (the Paleolithic)*), в якому він удається до прийому перебільшення – стверджує, що виріс у період палеоліту, а це приблизно 2,5 млн. років тому. Товсті шари підшкірного жиру порівнюються з товстим довідником, в якому міститься інформація про людей, адреси та номери телефонів кожного мешканця Сполучених Штатів Америки.

2. Підтримання діалогічних відносин.

Для підтримання діалогічних відносин з адресатом Дейв Баррі використовує звернення:

(25) *<...> the Sun published a few months ago headlined “GIANT FLYING CAT TERRIFIES STATES.” Remember? The article that featured the actual artist's depiction of an enormous cat? Flying? With wings? Well, I did some checking, and you will be interested to learn that every single word in the headline is true except for “GIANT,” “FLYING,” “TERRIFIES,” AND “STATES [10, с. 123].*

Дейв Баррі підтримує діалог з адресатом, звертаючись до нього (*Remember?*). Комізм створений за рахунок опису kota прикметниками *giant*, *flying*, дієсловом *terrifies* та іменником *state*. Ці слова є несумісним

перебільшенням характеристики кота, який таким не є, а є маленькою твариною та вигадкою автора (*artist's depiction*).

У наступному прикладі Дейв Баррі звертається до адресата (*you*). Комізм створюється за рахунок великої кількості в меню ресторану набору несумісних слів (наприклад: *pecan – apricot – glazed garlic – shank of frog*) на позначення назв страв, перенасичених безглуздою інформацією. Таким чином, читати меню немає сенсу, адже жодна зі страв є незрозумілою.

(26) *You can't read anything. At least I can't. Actually, this started happening to me when I was 48; I started noticing that when I tried to read restaurant menus, they looked like this:*

Entrees

Broasted free-range fennel shootlets with modules of prawns -- \$19

Pecan-encrusted apricot-glazed garlic-enhanced shank of frog -- \$27

Liver « en Fester » dans une bunch de creme de corne -- \$21 [8, с. 10].

Дейв Баррі також удається до графо-фонетичних прийомів для підтримання комунікації з адресатом:

(27) *We ask that those of you with small shrieking children please asssidaisaas* (*^*&^^hey can somebody fix this goddaM) [12, с. 45].*

У наведеному прикладі автор замінює лайливе слово графічними знаками, перекладаючи okazіоналізм *asssidaisaas*, який можна перекласти як «усадить цього невігласа», (*assis* – уживання французького дієслова *asseoir* (усадити когось) в індикативі, *dais* – звукове відтворення англійського прикметника *this*, а також використання англійського іменника *ass*). Заміна лайливих слів на невербальні графічні знаки, в поєднанні з авторським тлумаченням цієї фрази – «*^*&^^ агов, чи може хтось вгамувати це бісове дитя», надає їй ще більшої експресивності та емоційності.

Діалогічна сутність комунікативної функції в письмовій комунікації також проявляється в стилізації під діалог. Такі діалогічні включення в комічному художньому тексті спрямовані на підтримання уваги читача, на продовження діалогу, наприклад:

(28) <...> *So to help you [Sophie] understand the mind-set you will encounter on the roads here [Miami], I've prepared this:*

REALITY-BASED FLORIDA DRIVER'S Q & A

<...> *Q: What is the best kind of food to eat while driving?*

A: Any food – such as sandwich, turkey leg, oyster or Ding Dong – that can be eaten one-handed, so you still have a hand free for texting. <...>

Q: I've had a few drinks. How can I tell if I should drive?

A: Take this simple test: Are you wearing your underpants on your head?

Q: Not MY underpants, no.

A: Then you are good to go [15, с. 38, 40, 41].

Цей приклад є стилізацією під діалог у вигляді *Question-Answer* між адресантом та адресатом, у якому Дейв Баррі іронічно висміює правила водіння в Маямі. Комізм криється в порушенні онтологічних та логіко-поняттєвих норм у репліці-відповіді співрозмовника А, який, перелічуючи страви, що можна їсти однією рукою за кермом, одразу ж порушує онтологічну норму, адже за правилами водію забороняється відволікатися під час керування автомобілем. Наголос у фразі на *MY* (*Not MY underpants*) вказує на те, що водій небагато випив і може розпізнати власну білизну. Хоча вживати алкогольні напої за кермом – ще більший злочин (прийом градації).

3. Завершення діалогічних відносин.

У висновку до одного з розділів у ролі адресатів виступають учні старших класів, яким Дейв Баррі дає настанову щодо важливості вивчення історії Америки.

(29) *See what I mean, young people? Thanks to my solid academic trainings, today I can write hundreds of words on virtually any topic without possessing a shred of information, which is how I got a good job in journalism. So I urge you to work hard in school and learn your history, because – who knows? – one of you could be next Abraham Lincoln, inventor of the steam engine [5, с. 48].*

Комізм цього прикладу криється в гіперболі. Знання автора (*solid academic trainings, write hundreds of words on virtually any topic*) не є достатньо

широкими, як він стверджує. Навпаки, «знання» Дейва Баррі занадто перебільшені, оскільки він навіть не знає, хто такий Авраам Лінкольн насправді (прийом применшення).

(30) *Conclusion*

So there you have it: The “inside story” on how to become a top professional author. These are proven techniques that will work for you. But don’t just take my word for it: Take the word of Dan Brown, James Patterson, Dean Koontz, Patricia Cornwell, Robert Ludlum, the Fifty Shades of Grey woman, Jackie Collins, Dr. Seuss, Agatha Christie, Leo Tolstoy and Jay Z, all of whom have read this chapter and, speaking in unison, declared it to be “without question the most helpful thing ever written by anybody” [16, с. 224].

Як видно з прикладу (30), Дейв Баррі звертається до свого адресата, щоб дати професійні поради. Автор використовує займенник *you* та дієслово *to take* в імперативі (*don’t just take my word, Take the word*). До комізму приводить порушення логіко-поняттєвих норм – з-поміж перерахованих видатних особистостей є ті, хто не міг прочитати відповідний розділ книги Дейва Баррі, адже їх уже немає серед живих (*Robert Ludlum, Jackie Collins, Dr. Seuss, Agatha Christie, Leo Tolstoy*).

Письмова комунікація в комічному ідіодискурсі Дейва Баррі ґрунтується на діалозі між Дейвом Баррі та ймовірним адресатом. Дейв Баррі позиціонує свого адресата як освічену особистість, налаштовану на комічний перебіг комунікації. Нами виділено приклади, в яких Дейв Баррі веде діалог з власним «Я» (Самість, у концепції М. М. Бахтіна) та використовує вигаданих комунікантів. Для письмової комунікації є характерним уживання графо-фонетичних прийомів: капіталізації, курсиву, графічних знаків, лексичних та фонетичних повторів.

Розглянуті приклади відображають інгерентні риси прояву комунікативної макрофункції в усній та письмовій комунікації в комічному ідіодискурсі Дейва Баррі. Ці особливості полягають у встановленні, підтриманні та завершенні діалогічних відносин між Дейвом Баррі та

адресатом. Установлено, що Дейв Баррі вибудовує діалогічні відносини з адресатом, ураховуючи його високу ерудованість та почуття гумору, в якому превалюють іронія та сарказм. Комуніканти «в сукупності своїх соціальних та ситуативних ролей, знань про світ, мотивів та цілей, <...> проявляють діяльнісний характер» [279, с. 30-31], особливо адресант, тобто вступають у діалогічні відносини з метою обміну інформацією, світоглядами, оцінками, ідеями тощо.

2.2. Мікрофункції комічного ідіодискурсу Дейва Баррі

2.2.1. Емоційно-експресивна функція. Ця функція полягає у вираженні автором почуттів, емоцій, ставлення до комуніканта та предмету спілкування, адже емоції – це «не лише індивідуальна форма оцінювання світу, вони також впливають на особливості формування міжособистісних відносин у соціумі» [273, с. 5; див. також 301; 305]. Таким чином, між комунікантами встановлюється певний зворотній емоційний зв'язок, коли «мовець, що володіє емоційною / емотивною компетенціями, може адекватно розпізнати вербаліку / авербаліку емоцій свого мовного партнера в природній і художній комунікації; може адекватно виражати і описувати свої емоційні відчуття; може вербально маніпулювати чужими емоціями» [272, с. 114].

Як зазначає Л. Ю. Буянова, «*емоцію* можна інтерпретувати як особливий енергетичний згусток, як реакцію, за допомогою якої фіксуються та виражаються психологічні стани та сплески» [40, с. 55]. Надавання переваги тим чи іншим мовним формам для мовного впливу на адресата свідчить про характер, темперамент, установки, життєві цінності тощо, що дає змогу реконструювати та побачити на мовному «екрані» неповторний портрет «знайомого незнайомця» – мовної особистості [там само, с. 56].

Емоційність та експресивність знаходяться у відносинах взаємодоповнення. Як зазначає В. В. Виноградов, «коло відтінків, які висловлюються словом, називається *експресією* слова, його експресивними формами; експресія завжди

суб'єктивна, характерна, особистісна» [41, с. 18], тобто експресивно маркована лексика спрямована на те, щоб викливати в адресата певні емоції. Експресивність – це «сукупність семантико-стилістичних ознак одиниці мови, які забезпечують її здатність виступати в комунікативному акті в якості засобу суб'єктивного вираження ставлення мовця до змісту або адресата мови» [365]. Відповідно, емоційність – це явище психологічне. Вона виникає як реакція адресата на вжиті автором експресивні мовні засоби.

У комічному ідіодискурсі емоційно-експресивна функція виражає суб'єктивно-психологічне ставлення Дейва Баррі до того, про що він говорить / пише, що проявляється у формі суб'єктивної оцінки. Дейв Баррі передає власний емоційний стан у художніх текстах та в усній комунікації за допомогою експресивних мовних засобів, а також невербально, і, в такий спосіб, впливає на адресата, який сприймає емоції автора і у відповідь висловлює власні.

Розглянемо приклади (31) і (32), в яких в *усній комунікації* емоційно-експресивна функція представлена лексичними повторами:

(31) <...> *well, I was talking about why women complain that men are obsessed with breasts. <...> They go around showing their breasts but they act like there's something wrong when you look at them. And here is the thing – think about peacocks. <...> The point is that ... Okay, male peacock, right, big giant tail, right? Why? Because the woman finds it attractive, right? So, that's how they reproduce. The woman sees the tail and he doesn't think, the peacock doesn't think, the male peacock: "Oh, she is just treating me as a sex option! She doesn't even make an eye contact with me. She's just looking at my tail!" <...> the same with us and breasts [37].*

Емоційно-експресивна функція реалізується лексичними повторами прикметника *right*, який Дейв Баррі використовує у питальних реченнях. Також автор уживає прикметник *just* у окличних реченнях ("Oh, she is just treating me as a sex option! She's just looking at my tail!"). Комізм виникає за рахунок стилістичного прийому порівняння – Дейв Баррі зіставляє хвіст павича з жіночими грудьми. В такий спосіб автор, так би мовити, виправдовує чоловіків.

(32) <...> *I would not recommend that [driving in Miami]. The way people in Miami ... these people do not know the law denying that everybody in Miami is driving according to the law of his or her country of origin. There are many many different interpretations of what “stop” sign might mean. But it does not mean “stop” indeed, counting Florida, that’s the last thing it means [1].*

Емоційно-експресивна функція виражена лексичними повторами негативної частки “not” (*would not recommend, do not know, does not mean*) та прислівника *many* (*many many different interpretations*). У наведеному прикладі Дейв Баррі критикує недотримання правил дорожнього руху мешканцями штату Флорида, зокрема дорожнього знаку “stop”, що експлікується прийомом сарказму (*that’s the last thing it means*).

Емоційно-експресивна функція в постмодерністському комічному ідіодискурсі Дейва Баррі актуалізується неологізмами:

(33) <...> *there’s still a lot of seniors driving in South Florida. And there is a lot of ... I call it ... there’s people driving but I call it the “seeing-eye wife system” [laughter]. Which is a couple ... I’m not kidding. You’re gonna think I’m just saying a big joke. This is not the joke. The couple, they drive together. The man drives. Why? Because the man drives. Okay! [laughter]. Ever since they got there, you know, Packard in 1943 he’s been driving but he can no longer see [laughter]. So, his wife is doing the seeing for him [28].*

В основі всієї ситуації криється прийом іронії – Дейв Баррі висміює «винахідливість» пари похилого віку. Комізм ужитого автором неологізму “*seeing-eye wife system*” полягає в тому, що жінка виконує роль поводиря – підказує чоловіку маршрут. Старий чоловік уже не бачить, куди треба їхати, проте продовжує кермувати автомобілем, тому він усюди їздить з дружиною. Автор, висловлюючи своє бачення стосовно способу водіння автомобіля людьми похилого віку в штаті Південна Флорида, вживає неологізм “*seeing-eye wife system*” на позначення стилю водіння. Емоційно-експресивна функція також представлена вигуком *Okay!* та підвищенням тону голосу під час його промовляння.

У наступному прикладі емоційно-експресивна функція реалізується в прикметниках:

(34) <...> *these creatures, these vampires who are beautiful, they are intelligent, they are cultured, they've been around for, you know, hundreds of years, they can do anything they want and what they have chosen to do is become high school students. I don't think so, you know [laughter]. I just don't think that's ... if I had those qualities that's what I would choose to do [25].*

Емоційно-експресивна функція виражена на контрасті: *vampires* – *beautiful*, *intelligent*, *cultured*. Комізм ґрунтується на прийомі алогізму: вампіри за легендами та розповідями – це надприродні істоти, які ведуть нічний спосіб життя та харчуються людською кров'ю (пор.: *a vampire – is a dead person who comes back to life and sucks blood from other people at night* [373]). Тому зображення вампірів у ролі учнів старших класів є інконгруентним.

У письмовій комунікації емоційно-експресивна функція в прикладах (35) і (36) експлікується використанням лексичних повторів та капіталізації:

(35) <...> *and since this is the only part of the song your brain remembers, it repeats it over and over and OVER AND OVER AND OVER, sometimes for days, until you want to commit suicide by driving off a cliff, except you can't remember where you left car keys [9, с. xiv-xv].*

Лексичне повторення прийменника “*over*” та сполучника “*and*” з подальшою їх капіталізацією є проявом роздратованості автора тим фактом, що рядки пісні, яка йому не подобається, засіли в голові. Уживання гіперболи (*until you want to commit suicide by driving off a cliff*) є певним тригером сміхової реакції, адже неможливість «викинути» пісню з голови не є вагомою причиною, щоб скоїти самогубство.

У постмодерністських комічних текстах Дейва Баррі виділено приклади, в яких емоційно-експресивна функція представлена капіталізацією:

(36) <...> *It's also very easy for the “out-of-towner” to use, thanks to the logical, easy-to-understand system of naming trains after famous letters and numbers. ... which look like this:*

A 5 N 7 8 C 6 AA MID-DOWNTOWN 7³/₈

EXPRESS LOCAL ONLY LL 67 ♦

DDD 4 ♠ 1 K * AAAA 9 ONLY

EXCEPT CERTAIN DAYS BB ®® 3

MIDWAY THROUGH TOWN 1 7 D

WALK REAL FAST AAAAAAAAAA 56

LOCALIZED EXPRESS-6

“YY” ♣ 1,539

AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA [10, с. 66].

Дейв Баррі використовує прийом капіталізації, щоб висміяти складну організацію системи метро в Нью Йорку, яка складається з 20 ліній та 24 маршрутів. Кожному маршруту відповідає певний колір та літера. Ще однією незручністю є те, що деякі станції працюють не цілодобово або не працюють у вихідні. Усе це спричиняє величезні труднощі для туристів. Дейв Баррі вигадує okazionalnі назви потягів та вживає фонетичний стилістичний прийом – звуконаслідування (AAAAAAAAAAAAAAAAAAAA) для емоційної експлікації нервового виснаження пасажирів метро («крик душі»).

Наведемо приклад реалізації емоційно-експресивної функції з уживанням прийому градації:

(37) That is the danger posed by this book. This book lists dozens of songs that are so bad <...> If you keep reading, you're going to have all kinds of bad songs walking up and creeping around inside your brain, refusing to die <...>

You may ask: “Dave, if this book is such a bad thing, why on Earth should I buy it? What can I do with a book that I'm not supposed to read?”

The answer is: You can give it to somebody you don't like. This book is an extremely powerful psychological weapon; it can immobilize even the most powerful intellect.

Suppose you're a candidate for a big promotion, but the other candidate is a coworker who happens to be very smart. All you have to do is surreptitiously leave this

book on his desk (after first tearing out this warning section). After he reads just a few pages, he will have the brain functionality of an ashtray [9, с. xv-xvi].

Емоційно-експресивна функція виражається градацією (*such a bad thing, an extremely powerful psychological weapon, immobilize even the most powerful intellect*). Комізм створюється прийомом порівняння: Дейв Баррі уподібнює книгу “*Dave Barry’s Book of Bad Songs*” потужній психологічній зброї, здатній звести нанівець інтелектуальні здібності людини (*the brain functionality of an ashtray*).

У письмовій комунікації емоційно-експресивна функція експлікується у вигуках та окличних реченнях:

(38) *Swimming in the beach is the worst. If I go into the ocean with my glasses off, which is the traditional way to go into the ocean, I cannot frolic in the surf like a normal person because a) I usually can’t see that waves until they knock me over and drag me along the bottom and fill my mouth with sand, and b) the current always carries me down the beach, away from my wife and towel and glasses. When I emerge from the water, all I can see is this enormous white blur (the beach?) covered with dark blobs (people?) [...] So what I do in these circumstances is wander randomly amongst the blobs, making quiet semi desperate noises designed not to bother any civilians, yet to draw the attention of whatever blob might be my wife. “Well, here I am!” I say, trying to appear as casual as possible. “Yes, here I am! Dave Barry! Ha ha! Help!” And so forth. [10, с. 25].*

Дейв Баррі використовує окличні речення: *Well, here I am!* та *Yes, here I am!* і вигуки: *Dave Barry! Ha ha! Help!* для експресивного зображення власних емоцій. Комічний ефект виникає як реакція на стилістичний прийом алогізму у фразях: *quiet semi desperate noises, not to bother any civilians, to draw the attention of whatever blob might be my wife*. Таким чином, остання фраза автора приводить до порушення логіко-поняттєвих норм – насправді крики Дейва Баррі чують усі відпочивальники на пляжі.

Отже, емоційно-експресивна функція в комічному ідіодискурсі Дейва Баррі представлена градацією, лексичними повторами, оказіоналізмами, капіталізацією,

звуконаслідуванням, логічними паузами, вигуками, які Дейв Баррі вживає для вираження суб'єктивної оцінки.

2.2.2. Темо-перемикальна функція. Виділена функція ґрунтується на переході Дейва Баррі в процесі комунікації з однієї теми на іншу з метою створення комічного ефекту. Обізнаність автора в широкому спектрі тем свідчить про високий рівень ерудованості автора. Пор.:

(39) *TV-HOST: You've had your stuff translated into television shows?*

DAVE BARRY: Well, one show. There was a show based on my life. It's "Baywatch".

TV-HOST: I didn't know that [laughs]. You were the inspiration for "Baywatch"?

DAVE BARRY: Yeah. If I were to take off my shirt now John you would be amazed how ripped I am. No. Except some of us don't need to wax ourselves down hairless. I was born hairless and I'm still hairless. But no. The show is called "Dave's World". It was a sitcom on CBS. It was a very fine show but I had really nothing to do [23].

Темо-перемикальна функція виражена вербально (зміна теми інтерв'ю) та невербально (зміна виразу обличчя у Дейва Баррі). Перша форма прояву полягає в зміні теми під час інтерв'ю (*There was a show based on my life. It's "Baywatch"*) – особисте життя Дейва Баррі покладено в основу популярного в 90-роки серіалу *"Baywatch"*. Назва серіалу є інтертекстуальним включенням і, вживаючи його у своїй репліці, автор ототожнює власний зовнішній вигляд із м'язистим атлетичним тілом рятувальників – прийом порівняння. Підсилюючи комічний ефект, Дейв Баррі переходить до теми епіляції (*If I were to take off my shirt now John you would be amazed how ripped I am*), з чого можна зробити логічне припущення, що спільною характеристикою Дейва Баррі та рятувальників пляжу Малібу є факт відсутності волосся на тілі.

Невербальна складова цього прикладу зображена на рисунку 2.7. На першому зображенні (рис. 2.7a) Дейв Баррі з серйозним виразом обличчя відповідає на питання ведучого, а після того, як він завершує свою репліку

стосовно серіалу “*Baywatch*”, на його обличчі з’являється посмішка (рис. 2.7б). Таким чином, кінесичне включення значно підсилює комічність цього діалогу.

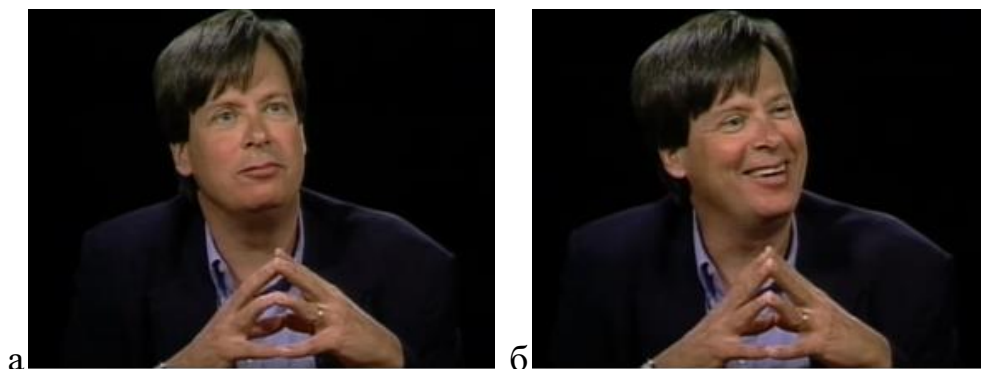


Рис. 2.7. Невербальний прояв темо-перемикальної функції

У нижченаведеному уривку діалогу між Дейвом Баррі та учасником зустрічі з обговорення книги “*Live Right and Find Happiness*” темо-перемикальна функція виражена питальним реченням (*Can I tell you the first Colombian guy I met in Miami?*). Автор перебиває адресанта, щоб розповісти комічний випадок зі свого життя. Гумор полягає в лексичній грі з омофонами *Columbia* та *Colombia* – топоніми на позначення округу та республіки Колумбія.

(40) AUDIENCE: *Dave, thanks for coming!*

DAVE BARRY: *Thank you!*

AUDIENCE: *So, I have a couple of questions.*

DAVE BARRY: *What kind?*

AUDIENCE: *A couple of questions.*

DAVE BARRY: *Okay.*

AUDIENCE: *First of all, my parents live in Miami. So, I’ve been looking at your stuff for years.*

DAVE BARRY: *Everyone’s parents live in Miami.*

AUDIENCE: *Yeah. But we came from South America, so.*

DAVE BARRY: *Okay.*

AUDIENCE: *From Columbia.*

DAVE BARRY: *Colombia!*

AUDIENCE: *No, not threat. Um...*

DAVE BARRY: *No, I have many Colombian friends.*

AUDIENCE: *So, first question is, what are ...*

DAVE BARRY: *Can I tell you the first Colombian guy I met in Miami?*

AUDIENCE: *[laughter]* [31].

У наступному прикладі Дейв Баррі двічі змінює тему під час виступу, на що вказують сполучники *but* та *because*:

(41) *My job today is to give advice to you the graduates. But I want to start by saying a few words to your parents. I know what you have sacrificed to see your child graduate today. You sacrificed tuition payments totaling the Gross National Product of Ecuador [pause]. I know this because I too am the proud parent of University of Miami graduate. My son Rob was here today. He graduated last year. He majored in both Math and English because he wanted to make absolutely sure he had no marketable skills [pause].*

AUDIENCE: *laughter* [30].

Комізм створено гіперболою та іронією. Стилiстичний прийом гіперболи криється в перебільшенні витрат на навчання студента та прирівнюється до валового національного продукту Еквадору (*tuition payments totaling the Gross National Product of Ecuador*), який у 2006 році (дата виступу) складав більше 90,37 мільярдів доларів. Іронія вживається автором на адресу спеціальностей (*Math and English*), які, на його думку, не мають попиту на ринку праці. Паузи акцентують увагу на стилістичних прийомах гіперболи та іронії – Дейв Баррі в такий спосіб дає можливість адресату інтерпретувати жарт.

Темо-перемикальна функція актуалізується стилізацією під діалог із адресатом з метою «переключення» з об'єкта комунікації на предмет. Комізм виражено двома номінаціями: ім'ям власним (*David Beckham*) та ім'ям загальним (*delicatessen*).

(42) *<...> Which brings us to David Beckham. He is of course the world-famous former soccer star and underwear model who is considered to be the hottest man on Earth by essentially every woman on Earth, a group that unfortunately includes my wife, Michelle. I am not saying Michelle doesn't love me. What I'm saying is, when she*

says the words “David Beckham”, she gets a certain look on her face that she does not get when she says other words, such as “delicatessen” [15, с. 21].

Уживання паралелізму в прикладі (43) характеризується перенесенням уваги з однієї теми на іншу:

(43) <...> Miami and Rancho have a lot in common: Miami is warm and sunny – Rancho is warm and sunny. Miami is hip [pause] [audience laughter] – Rancho has hip replacements. Miami has a diverse population [pause] [audience laughter] – Rancho is warm and sunny [audience laughs]. Um ... The list goes on and on [2].

Дейв Баррі використовує паралельну побудову фраз для порівняння двох міст – *Miami* та *Rancho Mirage* під час промови на *Rancho Mirage Writers Festival*. Комічний ефект засновано на грі слів: *hip* – модний та *hip* – стегно. Автор створює різкий контраст (*hip – hip replacement; warm and sunny – diverse population*). Тобто в Маямі проживають люди різних вікових категорій, а в Ранчо Міраж одні старики, яким ставлять імплант при переломі шийки стегна. Таким чином, єдина спільна риса – це тепла сонячна погода.

Отже, темо-перемикальна функція в комічному ідіодискурсі Дейва Баррі ґрунтується на тематичній різноманітності. Письменник-гуморист проявляє себе як освічена, ерудована особистість, що майстерно використовує екстралінгвістичні знання для створення комізму, який засновано на різкій зміні тональності з серйозної на комічну. Гумор викликають стилістичні прийоми градації, порівняння, стилізації та інтертекстуальні включення.

2.2.3. Критична функція. У комічному ідіодискурсі Дейва Баррі критична функція об’єктивується шляхом висміювання автором власне себе, що проявляється в самоіронії, а також у соціальних, релігійних, політичних, естетичних, культурних нормах у суспільстві, які розглядаються в комічному ракурсі.

Приклад (44) характеризує Дейва Баррі як самокритичну, іронічну особистість:

(44) *I realize I sound insecure here, but if you really wanted to see insecure, you should have seen me in eighth grade. I was a mess. That was why I developed a sense of humor. I needed something to do at parties. The other boys, the boys who had wavy hair and reasonable hormone-activity levels, would be necking with girls, and I would be over by the record player, a short radiation victim in horn-rimmed spectacles, playing 45s and making jokes to entertain the 10-year-old brother of whoever was holding the party [10, с. 135].*

Критична функція реалізується в прийомі порівняння. Дейв Баррі зіставляє свій зовнішній вигляд у дитинстві (*a mess, a short radiation victim, horn-rimmed spectacles*) з виглядом його однолітків (*wavy hair, reasonable hormone-activity levels*). Також наводимо паралель між видами діяльності Дейва Баррі та його однокласників на вечірці: *to be over by the record player, playing 45s, making jokes to entertain the 10-year-old brother of whoever was holding the party –necking with girls*.

Критика на адресу членів родини Дейва Баррі, в прикладах (45) і (46), виражена гіперboloю, тому не сприймається адресантом категорично:

(45) *My son, who is 11, has started going to dance parties. Only minutes ago he was this little boy whose idea of looking really sharp was to have all the Kool-Aid stains on his He-Man T-shirt be the same flavor; now, suddenly, he's spending more time per day on his hair than it took to paint the Sistine Chapel [6, с. 17].*

Автор перебільшує надмірну зосередженість сина на зовнішньому вигляді. Гіпербола вжита, щоб привернути увагу до кількості часу, яку син Дейва Баррі проводить перед дзеркалом (*it took to paint the Sistine Chapel*), адже тривалість спорудження Сікстинської капели у Ватикані складає 8 років (1473 – 1481 р.р.).

(46) *There is no way you could fit everything in the universe into a little dot. I base this statement on my garage, which contains approximately one-half of the things in the universe, because my wife refuses to throw them out, scrunched together at the absolute maximum possible density, so that if you try to yank any one thing out, all the other things, attracted by gravity, fall on your head. From this we can calculate that the*

universe was roughly twice the size of my garage when it (the universe) exploded [10, с. 270].

У наведеному прикладі критика передається гіперболою – Дейв Баррі перебільшує кількість речей, які його дружина максимально щільно складає в гаражі (*absolute maximum possible density*). Дейв Баррі використовує порівняльні конструкції (*one-half of the things in the universe, twice the size of my garage*) на підтвердження висунутої ним гіпотези – *there is no way you could fit everything in the universe into a little dot*.

Під критику Дейва Баррі підпадають не лише побутові аспекти життя, а й суспільно-політичні. Так у прикладі (47) автор критично іронізує над сервісом американських авіакомпаній під час польоту:

(47) *And so the planes are crowded and noisy and late, and everybody hates everybody. If armed terrorists had tried to hijack any of the flights I've been on lately, we passengers would have swiftly beaten them to death with those hard rolls you get with your in-flight meal. Funny, isn't it?* [10, с. 126]

Критична функція експлікується прикметниками *crowded*, *noisy*, *late*, дієсловом *to hate*, іменником *hard rolls*. Комізм полягає в перебільшенні: розлючені пасажери уживають радикальних заходів (*swiftly beaten them to death*). Автор також застосовує розділовий тип питального речення (*Funny, isn't it?*) для вираження іронії – глузує над американцями, в яких урвався терпець.

У нижченаведеному прикладі критика на адресу прояву надмірної демократії мешканцями американського штату Нью-Гемпшир виражається в саркастичному висловленні “*to lick syrup off each other's thighs*”. Дієслово *to lick* тут ужито в переносному значенні – підлабузнюватися, лестити. Алогізм підсилює комічний ефект, адже улесливість та демократичність є полярно протилежними поняттями.

(48) *New Hampshire is also the home of the famous New England town meeting, a dynamic example of “democracy in action” wherein once a year all residents of each town gather to lick syrup off each other's thighs* [12, с. 90].

Таким чином, критична функція в комічному ідіодискурсі Дейва Баррі представлена двополярно. З одного боку, автор відкрито висміює себе як особистість і вдається до стилістичного прийому самоіронії, з іншого, він дає критичні коментарі на життєві теми, в яких часто уживає іронію, гіперболу, сарказм, порівняння.

2.2.4. Функція детабуїзації. Сутність цієї функції обумовлено використанням Дейвом Баррі під час спілкування на табуйовані теми обценної лексики, американізмів, сленгу тощо. Письменник-гуморист висвітлює такі заборонені теми, як смерть, секс, наркотики, релігія. Гумор виникає за рахунок актуалізації забороненої лексики в комічних фрагментах тексту. Мета цієї функції полягає в знятті напруженості між автором та адресатами і створенні невимушеної дружньої атмосфери під час комунікації. Розглянемо на прикладах способи актуалізації функції детабуїзації.

Нижченаведений приклад стосується табуйованої теми смерті, на яку зазвичай спілкуються у вузькому колі:

(49) *But when you turn 50, you find yourself thinking more about death, because more and more people your own age are – as William Shakespeare so poetically expressed it – “shuffling off this mortal coil” and kicking the bucket [8, с. 203].*

Комізм полягає у використанні сленгу (*kicking the bucket*) та евфемізму (*shuffling off this mortal coil*) до дієслова “to die”.

Близькою до теми смерті є релігійна. В прикладах (50) і (51) Дейв Баррі висміює необізнаних у релігії людей та вживає іронію та сарказм. Функція детабуїзації актуалізується за рахунок порушення логічних норм:

(50) *Contrasting, like, how every religion thinks how any other religion is insane ... Like ... I think that one of the examples is a guy in India who believed that you should drink your own urine, you know. And over here we think that it's really crazy but we do cross ourselves before we take a well shot. Like God is gonna be concerned with what this well shot goes in [1].*

Дейв Баррі висловлює думку стосовно конфронтацій між різними релігіями й саркастично (*Like God is gonna be concerned with what this well shot goes in*) висміює богохульство. Комічний ефект досягається обігруванням несумісних лексем *well shot* та *urine* у релігійному контексті. Відбувається зіткнення двох контекстів: американці не визнають східної медицини (*drink your own urine*) та не вкладають релігійний смисл, коли перехрещуються перед тим, як випити алкогольний напій.

(51) *One popular belief, of course, is that if we've been good, we got to Heaven and get to spend eternity with our dear departed Loved Ones. The problem with this is that we weren't exactly crazy about some of our Loved Ones before they departed. <...> So, depending on the seating arrangements in Heaven, you could wind up spending all of eternity next to, say, Uncle Harley, who already ruined many of your childhood Thanksgiving meals by inserting his dentures at the table and smelling as though he was carrying around dead hamsters in his undershorts [8, с. 206-207].*

Дейв Баррі тонко висміює релігійну реалію (*Heaven*) потрапляння душ праведних до раю. Комізм забезпечується інконгруентністю – прикметний *dear* протиставляється висловленню *weren't exactly crazy about*. Таким чином, фраза “*dear departed Loved Ones*” є іронічною характеристикою живого *Uncle Harley*.

Тема сексу також є однією з заборонених тем, тобто переважна більшість людей надає перевагу її обговоренню сам на сам або у вузькому колі:

(52) *People say: “Well, if you want a marriage to succeed, you have to work at it.” And I say: Why? It isn't fair! The other species don't have to work at it! They don't even have to think about it! Can you imagine a female snake agonizing about why a male snake never pays attention to her? Or a male cockroach nervously asking a female, after sex, if it was Good for her? Of course you can't! Cockroaches can't talk! But you know what I mean. I mean we have a problem here [13].*

Основою комізму в прикладі виступає іронія. Для того, щоб привернути увагу адресата до проблем подружнього життя, Дейв Баррі порівнює людей з іншими живими істотами – тарганами і зміями (*a female snake; a male cockroach*), які могли б також розповісти про свої проблеми.

Функція детабуїзації в комічному ідіодискурсі Дейва Баррі, окрім тематичної детермінованості, визначається використанням розмовних фраз замість літературних, сленгу, американізмів. Пор.:

(53) *The other irony is that for thousands of years, great writers such as William Shakespeare have used so-called dirty words to form literature. In *Romeo and Juliet*, for example, the following words appear in Act II, Scene VI, Row A, Seats 4 and 5:*

“O Romeo, Romeo.

Where the F-word art thou, Romeo?” [10, с. 35].

Уживання Дейвом Баррі словосполучення “*F-word*” в оригінальній фразі У. Шекспіра “*Wherefore art thou Romeo?*” докорінно змінює її сутність і перекладається як «Ромео, де ти в біса є?»

У прикладі (54) функція детабуїзації актуалізується табуйованою лексемою “*booger*”:

(54) <...> *people so often ask me: “Dave, I’d like to be popular, too. How can I get a sense of humor like yours, only with less of a dependence on jokes that are primarily excuses to use the word ‘booger’?”* [10, с. 1].

Комізм засновано на прийомі применшення – пониження рівня гумористичної майстерності Дейва Баррі, що створює інконгруентність та спонукає адресата до риторичного запитання: «Чи будуть жарти настільки ж смішними, якщо в них таки буде присутньою табуйована лексема “*booger*”?». Urban Dictionary дає таке тлумачення лексеми “*booger*”: “*to call one “booger” is to insult every part of the person including mind, body, and soul and to subject them to the ever taunting of the word*” [378]. Отже, адресат має на увазі, що Дейв Баррі не розважає адресата своїми жартами, а, навпаки, глузує з нього.

Комічний ефект у наступному прикладі створено прийомом сарказму, що ґрунтується на протиставленні прямого та переносного значень лексем *talented* – *bonehead* та *user* – *idiot*, які сприймаються як наруга, образа. Прикметники *talented* і *user* виступають у ролі пейоративів, виражають іронію та презирство на адресу людей з низьким рівнем компетенції. Однак, лише професіонал розуміє, що ці лексеми не є підбадьорливими, а, навпаки, глузливими:

(55) *“That’s what TV people call you if you go in front of the camera: a “talent”. They call you that right to your face. Only after a while you realize they don’t mean that you have any actual talent. In fact, it’s sort of an insult. In the TV business, “talent” means “not the camera, lighting, or sound people, all of whom will do exactly what they’re supposed to do every single time, but the bonehead with the pancake makeup who will make us all stay in the studio for two extra hours because he cannot remember that he is supposed to say ‘See you next time’ instead of ‘See you next week’”. It reminds me of the way people in the computer industry use the word “user”, which to them means “idiot”. [10, с. 136-137].*

Отже, функція детабуїзації допомагає автору й адресату відчутти себе розкуто під час комунікації, «звільнитись» від моральних обмежень. Комуніканти охоче жартують на табуйовану тематику з використанням обценної лексики, яка не сприймається ними образливо через те, що спостерігається гумористичний підтекст під час спілкування і володіння комунікантами лінгвістичними та екстралінгвістичними знаннями – фактами реальної дійсності, а також знання культури та історії суспільства. Комізм у жартах досягається завдяки вживанню Дейвом Баррі алогізмів, абсурду, обігрування синонімів та антонімів, паралелізму та іронії.

Як видно з Таблиці А.1. (див. Додаток А), комунікативна макрофункція (100%) є превалюючою, вона наскрізно актуалізується в комічному ідіодискурсі Дейва Баррі. Комунікативна функція, її усна та письмова форми прояву, взаємодіють з мікрофункціями, серед яких емоційно-експресивна (35,3%) є найбільш розповсюдженою. Формою прояву емоційно-експресивної функції є суб’єктивна оцінка автора, яку він надає суспільству і в якій висловлює власну громадянську позицію. Лексичні, стилістичні та графічні засоби реалізуються в меті автора – розсмішити, надати суб’єктивну оцінку та виразити власні емоції на соціальні теми.

Темо-перемикальна функція (30,9%) відображає високий рівень інтелекту автора, який полягає в так званій «комунікативній мобільності». У ході комунікації Дейв Баррі майстерно переключається з однієї теми на іншу, що

привертає увагу адресата і тримає його увагу в комунікативному процесі. Критична функція (22,6%) комічного ідіодискурсу Дейва Баррі має дві форми прояву – критика себе та критика іншого. Критичність суджень пом'якшується за рахунок використання стилістичних прийомів, тобто автор не ставить собі за мету створити негативний образ американського суспільства, він грає з увагою адресата.

Найменш вираженою є функція детабуїзації (11,2%). Це свідчить про те, що письменник-гуморист дотримується моральних норм та устоїв, і тому жарти на «заборонену» тематику не є інвективними та/або агресивними. Автор не ставить на меті образити адресата. Навпаки, завдяки функції детабуїзації створюється невимушена дружня атмосфера спілкування, адже висвітлені Дейвом Баррі теми є такими, що обговорюються в колі близьких людей.

2.3. Суб'єкти комічного ідіодискурсу Дейва Баррі

Ключовими фігурами комічного ідіодискурсу Дейва Баррі виступають автор і адресат. Автор є креативною особистістю, яка майстерно «диригує» комунікативним процесом та експліцитно або імпліцитно впливає на свого потенційного адресата, застосовуючи креативні вербальні і невербальні засоби. Адресат комічного ідіодискурсу, в свою чергу, посідає активну позицію по відношенню до Дейва Баррі. Від здатності адресата адекватно інтерпретувати авторський задум залежить успішність комічної комунікації. Його завданням є зрозуміти систему як вербальних, так і невербальних знаків, якими користується Дейв Баррі для передачі власних думок.

На думку І. А. Бехти, «**концепт адресата** постає тоді, коли художній текст розглядається як діалогічне висловлення, яке від початку зорієнтоване на тип читацького сприйняття, вбирає його у свою художню структуру як дійову передумову естетичного сприйняття» [Цит. за М. Зубрицька: див. 29, с. 104]. «Саме в цьому напрямі і стає можливою розмова про вмотивованість у текст образу читача, який може бути, подібно до образу автора, «вчитаний» із тексту і

який виступає як «маска», роль, що пропонується емпіричному читачеві» [там само].

Адресат «активізуючи власний інтелектуальний, естетичний потенціал, індивідуальний досвід декодує підтекст, тобто на основі «прозорі» експліцитно вираженої інформації виділяє інформацію приховану» [96, с. 18]. Адресат завідома налаштований на гумористичну тональність спілкування, перебуває в емоційній напрузі від очікування на фонографічні, лексичні, стилістичні, синтаксичні прийоми автора.

Дейв Баррі та адресат встановлюють діалогічні відносини в процесі комунікації. Діалогічність комунікації є «важливою стилетвірною рисою гумору» [217, с. 100]. Відповідно, «гумористична комунікація – це не тільки з'ясування комічних фактів, але й становлення *товариства, спілки однодумців по комічній грі*: адресанта – виконавця комічного повідомлення і адресата – реципієнта комічної дії [там само]. Адресат ідіодискурсу, перебуваючи в комічній діалогічній комунікації з Дейвом Баррі, обмінюється з ним ролями, тобто виступає в якості адресанта, тим самим підтримує діалог. Таким чином, «діалогічна гумористична комунікація передбачає *адресантно-адресатну інверсію*, зворотній зв'язок, що відповідає діалогічному принципу взаємозамінювання в умовах діалогової ситуації» [там само, с. 103].

Дейв Баррі та адресат вступають в комічну гру, яка ґрунтується на використанні ідіоми “*to lick someone's boots*” (*To flatter, fawn over, or eagerly agree with someone, especially a person of higher authority as a means of currying favour* [376]). Співвіднесення ідіоми з дієсловом “*to admire*” є іронією. У такий спосіб коміки змагаються у своїй популярності.

(56) DAVE BARRY: *Well, we're gonna start with how we met.*

ALAN ZWEIBEL: *Well, first of all, what we do for a living. You provide you with wonderful opportunities to meet the people that you've admired, you know. And then if you're lucky you get to work with them and if you even luckier you get to be friends with them. So, I can't imagine how thrilled you are to be on stage with me right now [laughter].*

DAVE BARRY: Yes [laughter].

ALAN ZWEIBEL: No, I mean I've known about Dave Barry, my God, my whole life. I remember I was a little boy maybe five or six [pause] [laughter].

DAVE BARRY: [laughter].

AUDIENCE: [laughter].

ALAN ZWEIBEL: <...> Whatever. No, I mean we met in Washington DC, right?

DAVE BARRY: Yep.

ALAN ZWEIBEL: Steve Martin was being honored, right?

DAVE BARRY: Yep.

ALAN ZWEIBEL: with the Mark Twain Award <...> and afterwards it was an after party. And I saw you. And I think we have different versions as to what exactly happened. What do you remember about the encounter?

DAVE BARRY: I just remember you licking my shoe [pause].

AUDIENCE: [laughter].

DAVE BARRY: But not in a demeaning way.

AUDIENCE: [laughter].

ALAN ZWEIBEL: I guess we both have the same encounter [laughter].

DAVE BARRY: [laughter] [22].

Успішність гумористичної комунікації визначається за реакцією її учасників, перш за все, невербальною – сміхом, реготом, оплесками, рукостисканням, плесканням по плечу, відкиданням голови назад або різким нахилом уперед тощо.

Розглянемо приклад (57), у якому реакція Дейва Баррі та адресата на гумористичну комунікацію виражена сміхом:

(57) ADDRESSEE: Hi! Thanks for coming! My dad and I used to listen to your books in the car on the way to school in the morning.

DAVE BARRY: You're trying to make me feel even older than I really am, right?

ADDRESSEE: laughter

DAVE BARRY: This is right after the Civil War, you and your dad?

ADDRESSEE: laughter

DAVE BARRY: *laughter* [31].

Адресатом виступає працівник американської корпорації *Google*, в одному з офісів якої проходить презентація книги “*Live Right and Find Happiness (Although Beer is Much Faster)*”. Для досягнення комічного ефекту Дейв Баррі вдається до прийому гіперболи (*This is right after the Civil War*) – значно перебільшує свій вік. Респонсивні дії адресата виражені невербально – сміх доводить, що комунікація була успішною, а значить адресат правильно інтерпретував жарт Дейва Баррі.

Виділено приклади, в яких адресат з певних причин не розуміє жарти Дейва Баррі. У таких випадках має місце комунікативна невдача:

(58) RADIO HOST: *In the light of your title [I'll Mature When I'm Dead: Dave Barry's Amazing Tales of Adulthood] I met a woman last year who immediately endeared herself to me by declaring that she isn't very mature. So, this isn't just a male thing?*

DAVE BARRY: *Nobody's rarer I think with women. Women are born sort of mature. I have a son and a daughter. My son is 29. My daughter is 10. And since my daughter was 4 I feel I would have been more likely to leave my house with her alone than with my son. Because they just have a grown-up thing going on. But it's nice if you met a woman and I'm happy for you, by the way.*

RADIO HOST: *That I met a woman?* [32].

Наведений приклад демонструє, що адресат не зміг інтерпретувати комічний підтекст ужитої Дейвом Баррі фрази *it's nice if you met a woman and I'm happy for you, by the way*, і тому у відповідь використав питальне речення *That I met a woman?* для уточнення інтенції Дейва Баррі. Насправді комізм полягає в мовній грі – Дейв Баррі обігрує лексичне значення прикметника *mature* у фразі (*immediately endeared herself to me by declaring that she isn't very mature*). Тож, Дейв Баррі робить акцент не на тому, хто поводить себе більш зріло – чоловіки чи жінки, а на тому, що радіоведучого приваблюють молоді жінки.

Наступний приклад показує, що адресат, хоч і знається на творчості Дейва Баррі, все ж не може правильно побудувати з автором діалог. Іронічна фраза

Дейва Баррі *So, you owe me money* викликає в адресата подив, тому він уживає питальне слово – *What?* та розгубливо посміхається.

(59) ADDRESSEE: *So, I didn't grow up here. I grew up in Israel. And when I met my family – my wife's family did grow up in New York, upstate New York. And it was kind of important for me to make a good impression on them but I had like zero cultural reference basis <...> my view of American culture was very much shaped by your books. And I only had your 80th books, so it might have been a little outdated. Um... But it definitely made a very favorable impression. So, who knows, I might not be here today if it weren't for you. Thank you!*

DAVE BARRY: *Wow! So, you owe me money.*

AUDIENCE: *[laughter]*

ADDRESSEE: *What?[smiling]* [31].

Для адресата у постмодерністському комічному ідіодискурсі Дейва Баррі є характерною така риса, як обізнаність, що допомагає йому розкрити зміст закодованої автором комічної інформації. При цьому адресат долає шлях від засобів вираження до думки. Адресат – це 1) інтелектуальна особистість; 2) має гарне почуття гумору та уяву; 3) «готовий сприймати гумористичну тональність несерйозно» [217, с. 103]; 4) здатний проводити когнітивні операції з декодування засобів комічного; 5) має широкі лінгвокультурні знання; 6) вміє інтерпретувати міміку та знає систему жестів, які супроводжують усне мовлення і також можуть бути знаками письмової мови.

Компетентний адресат, насамперед, повинен володіти лінгвокультурним досвідом, щоб зрозуміти комічну сутність представленої Дейвом Баррі інформації:

(60) *ADAPTING TO AN EXOTIC AND SOPHISTICATED CULTURE*

Or: Bowing, Farting, etc. [3, p. 40].

У назві розділу книги “*Dave Barry Does Japan*” автор апелює до лінгвокультурних знань адресата – японський етикет поклонів та те, що японці не соромляться публічно проявляти реакції організму. Для створення комічного

ефекту Дейв Баррі співставляє дієслова *to bow – exotic* та *to fart – sophisticated*, що демонструє ставлення американців до японської культури.

Наступний приклад показує, що для адресатів-представників американської лінгвокультури жарти з використанням національних реалій не викликають труднощів у декодуванні:

(61) *The official State Motto of Alaska is “Brrrrr!”* [12, с. 68].

Комізм полягає в інконгруентності – адресат розуміє, що ониматопея “Brrrrr” не може бути офіційним девізом, а є підтекстом того, що на Алясці холодно.

Таким чином, виділяємо ще два типи адресатів: *іншокультурний та національний*. Для національного адресата «ближчими є «рідні» жарти, які не викликають труднощів у дешифруванні культурних реалій, фактів дійсності, інтертекстуальних посилань [217, с. 102]». Іншокультурний адресат «потребує певної підготовки в сприйнятті «чужого» гумору, в якому багато реалій призводять до втрати гумористичного ефекту. Універсальні жарти, об’єднані побутовою тематикою: стосунки в сім’ї, діти, навчання тощо не викликають труднощів у іншокультурного адресата» [там само]. Наприклад:

(62) *There are two major schools of thought on how to pack for travelling. These are known technically as “my school” and “my wife’s school”. My school of packing is that you should never carry more things than you can fit into a standard sandwich bag. ... My wife, on the other hand, would not think of leaving the house for even a half hour without sufficient possessions in her purse alone to establish a comfortable wilderness homestead* [12, с. 25].

Комізм ґрунтується на іронічному ставленні Дейва Баррі до процесу збирання валіз (“*my school*” and “*my wife’s school*”). Автор порівнює процес збирання валізи жінкою з тотальним спустошенням оселі – стилістичний прийом гіперболи (*sufficient possessions in her purse to establish a comfortable wilderness homestead*), тоді як чоловік бере мінімум речей, які вмістяться в коробку для сендвіча – прийом применшення (*you can fit into a standard sandwich bag*).

У наступному прикладі автор апелює до історичних знань адресата:

(63) *Many times the other nations didn't even mean to invade Poland; one night they'd simply forgot to set the parking brakes on their tanks, and they'd waked up the next morning to discover that, whoosh, they had conquered Poland [12, с. 156].*

Для того, щоб правильно трактувати інформацію, закладену в основу цього прикладу, адресат має здогадатись, що Дейв Баррі використовує алюзію на Другу світову війну, коли Польща була першою завойована німцями в 1939 році. Автор уживає прийом применшення (*forgot to set the parking brakes on their tanks*), щоб висміяти неспроможність або непідготовленість Польщі до оборони, що допомогло противникам завоювати її без особливих зусиль (*whoosh*).

Дейв Баррі також розраховує на певний рівень мовної компетенції свого адресата, використовуючи інтерлінгвальні включення (тобто вживає слова, фрази і навіть цілі речення на іноземній мові, напр., японській) для досягнення комічного ефекту:

(64) *Fortunately, my inability to learn Japanese was not much of a problem, thanks to a little pocket-sized reference card that came with Japanese at a Glance, entitled THE 32 MOST USEFUL JAPANESE PHRASES. I carried this card everywhere. On the left-hand side it listed 32 English phrases, such as “Do you speak English?”; “I’m lost”; “Where’s the rest room?”; etc. On the right-hand side, the card told you how to pronounce these phrases in Japanese. Here, for example, with no exaggeration, is how you’re supposed to pronounce “I’m lost”: Mee-chee nee, mah-YOHT-the shee-mah-ee-mah-shtah [3, с. 3].*

Комізм виникає за рахунок прийому парадоксу: можливість швидко вивчити елементарні фрази (“Do you speak English?”; “I’m lost”; “Where’s the rest room?”). Однак автор зазнає невдачі, що полягає в контрасті між англійською фразою “I’m lost” та її японським відповідником “Mee-chee nee, mah-YOHT-the shee-mah-ee-mah-shtah”.

Дейв Баррі також наголошує на важливості володіння іноземними мовами для уникнення комунікативних невдач:

(65) *Yes, they are clever, those natives. Nevertheless, you may sometimes find yourself in a foreign situation wherein members of the local population, because of a*

poor educational system or sheer laziness, have not learned to speak your language fluently. This can lead to serious problems, as when for example you're in Spain, attempting to obtain a chicken-salad sandwich, and you wind up with a dish whose name, when you look it up in your Spanish/English dictionary, turns out to mean “Eel with the Big Abscess”. This is why I strongly recommend that before you travel abroad, you learn to speak a foreign language, ideally the same one that is spoken in whatever country you're going to [12, с. 142].

Комічний ефект створено прийомом алогізму, що полягає в комунікативній невдачі при перекладі назви англійської страви (*a chicken-salad sandwich*) на іспанську мову (“*Eel with the Big Abscess*”). Порада Дейва Баррі підсилює комічний ефект, тому що друга її частина порушує логіко-поняттєві норми за рахунок уживання іронії (*ideally the same one that is spoken in whatever country you're going to*).

Беручи до уваги розроблені провідними науковцями типології адресатів [38; 80; 168; 172; 186; 196; 245], у роботі спираємось на класифікацію Т. С. Заветної, яка виділила основні типи адресатів за параметром кількості: 1) індивідуальний – окрема особистість; 2) колективний або груповий; 3) масовий адресат, який розрізняється за каналом зв'язку: телеглядачі, радіослухачі, користувачі Інтернету [80, с. 59]. Проте вважаємо за необхідне доповнити висновки науковця. Під *індивідуальним адресатом* у комічному ідіодискурсі розуміємо окрему дискурсивну особистість, яка вступає в тісні діалогічні відносини з адресантом, швидко інтерпретує комічну інформацію та вербально і невербально виражає власну точку зору.

У якості *індивідуального адресата* в комічному ідіодискурсі Дейва Баррі виступають:

а) Ведучий телевізійного шоу:

(66) *TV-HOST: I gotta say, every time I look at one of your books there is always a picture of you on the cover and you're always in drag. Why? Why don't you write the Dave Barry I like to dress up as a woman book?*

DAVE BARRY: *I would like to have a sensitive intelligent looking picture but they always ... they don't. They want to make me look like a dork.*

TV-HOST: *But no ... I think ...*

DAVE BARRY: *It's that you wouldn't tell me I look like a dork.*

TV-HOST: *NO! No, no, no. I don't think you look like a dork!*

DAVE BARRY: *I don't think you look like a dork either. No matter what... you know.*

TV-HOST: *Are you coming on to me?*

DAVE BARRY: *Yeah. Right! [laughter]*

TV-HOST: *So, what happens is that I think that your face on the cover sales books [27].*

Популярний американський ведучий телешоу Крейг Фергюсон, “*The Late Late Show with Craig Ferguson*” на каналі CBS, позиціонує себе як особистість з гарним почуттям гумору. Крейг удається до прийому сарказму на адресу обкладинок книжок Дейва Баррі – *you're always in drag, I like to dress up as a woman book*. Комізм у комунікації Дейва Баррі з Крейгом Фергюсоном полягає в лексичному обіграванні іменника *dork*, ужитого на контрасті до прикметників *sensitive* та *intelligent*. Комуніканти також використовують невербальні засоби спілкування: голосно сміються, потискають руки, обнімаються при привітанні та на прощання, жестикулюють руками під час обміну репліками, сміючись відкидаються на спинку стільця. Близька відстань протягом телепрограми може свідчити про приязні та дружні стосунки між ними.

б) Журналіст:

(67) JOURNALIST: *Do you put your name on all your book titles?*

DAVE BARRY: *I really find it just as annoying as you do. I once proposed the title be “Another Damn Dave Barry Book by Dave Barry” and they almost voted for that but they didn't want.*

JOURNALIST: *Maybe your next book [laughter] [1].*

З діалогу між Дейвом Баррі та журналістом зрозуміло, що вони мають гарне почуття гумору. Комізм залежить від підтексту – Дейв Баррі здогадався, що

журналіста дратує використання ім'я власного *Dave Barry* у назвах книжок автора.

в) Радіоведучий:

(68) *RADIO HOST: This book [I'll Mature When I'm Dead: Dave Barry's Amazing Tales of Adulthood] consists entirely of essays that haven't been published before. Is that because you stopped writing for the Miami Herald?*

DAVE BARRY: Yeah! I occasionally write for the Miami Herald, but I stopped writing a weekly column about five years ago <...>

RADIO HOST: So you weren't a victim of the general decline in the newspaper industry?

DAVE BARRY: I think I was the cause of it. Because if you've notice I stopped writing my column and then what happened. All the newspapers went right down the toilet. Now, it's a coincidence? I don't think so.

RADIO HOST: [laughter] [32].

Діалогічна комунікація між Дейвом Баррі та радіоведучим є успішною, про що свідчить невербальна реакція останнього – сміх. Отже, адресат правильно інтерпретував жарт Дейва Баррі, який ґрунтується на сарказмі (*to go down the toilet*), – Дейв Баррі є головною причиною зниження популярності газет серед американського населення.

Колективний адресат – це «сукупність людей, об'єднаних спільною діяльністю, спільними інтересами; група людей, зв'язаних спільною працею в одній організації, установі тощо» [368, с. 217]. У комічному ідіодискурсі Дейва Баррі колективний адресат представлений учасниками зустрічей з автором, делегатами конференцій та книжкових ярмарків, глядачами публічних зібрань, яких об'єднує спільне захоплення – творчість Дейва Баррі. Їх участь у комунікації є, в основному, опосередкованою і виражається невербально – посмішки, голосний сміх, гучні оплески, вільна, розкута поведінка. Аудиторія виглядає «підігрітою» і, як діти, радіє та чекає на наступний жарт від Дейва Баррі.

У прикладі (69) колективний адресат – це випускники університету Маямі, їх батьки та викладачі:

(69) DAVE BARRY: *For most of you [graduates] your college days are over. Now it's time for you to go out into the world. Notice I say go out into the world. Notice I do not say go back home to live with your parents [pause].*

AUDIENCE: [laughter].

DAVE BARRY: *Some of you are not laughing now [laughter]. I know some of you may be moving back home. But I hope you view that as an extremely short turn arrangement because it is not natural. It's like a fully mature kangaroo crawling back into its mother's pouch [pause].*

AUDIENCE: [clapping] [laughter].

DAVE BARRY: *Some parents are clapping. Notice that! [laughter] [30].*

Виголошуючи вступну промову на урочистій церемонії вручення дипломів в Університеті Маямі, Дейв Баррі висловлює своє суб'єктивне ставлення стосовно подальшого проживання випускників разом зі своїми батьками. Щоб привернути увагу до цього питання, гуморист навмисне робить паузи перед найбільш змістовно вагомими твердженнями та використовує лексичні повтори дієслова *to notice*. Для досягнення гумористичного ефекту Дейв Баррі застосовує стилістичний прийом порівняння – ототожнює повернення дорослих дітей до батьківського дому з намаганнями зрілого дитинчати кенгуру залізти назад у сумку матері (*It's like a fully mature kangaroo crawling back into its mother's pouch*). Невербальна реакція колективного адресата (рис. 2.8.) – це посмішка, регіт, оплески, сльози від сміху, відкидання корпусу на сидіння.





Рис. 2.8. Невербальна реакція колективного адресата під час промови Дейва Баррі в Університеті Маямі

У наступному прикладі колективним адресатом є відвідувачі книжкового ярмарку на Ранчо Міраж:

(70) DAVE BARRY: *This is my second year here. I really like coming to Rancho Mirage. It's like makes me feel young [pause].*

AUDIENCE: *[laughter]*.

DAVE BARRY: *I mean you are holding a Writers Festival in a hospital. Okay!*

AUDIENCE: *[laughter]*.

DAVE BARRY: *Like the Funeral Home wasn't big enough [17].*

Приклад демонструє, що колективний адресат розділяє гумористичну спрямованість виступу Дейва Баррі. Невербальні респонсивні дії адресата виражені посмішками, гучним сміхом, відкиданням корпусу на сидіння (рис. 2.9.). Аудиторія є розслабленою та із задоволенням слухає промову Дейва Баррі. Невербальна реакція Дейва Баррі представлена паузою та уточнюючим вигуком “*Okay!*” для так званої перевірки емоційного стану адресата. Комізм виникає за рахунок уживання автором чорного гумору (*makes me feel young*) для висміювання того факту, що на Ранчо Міраж проживають переважно люди похилого віку. Дейв Баррі також використовує синтаксичний прийом градації задля нагнітання обстановки (*hospital* → *funeral home*).



Рис. 2.9. Невербальна реакція колективного адресата на книжковому ярмарку на Ранчо Міраж

До *масового адресата* постмодерністського комічного ідіодискурсу належать читачі, телеглядачі, радіослухачі, користувачі Інтернету. Масова комунікація орієнтована на суспільство в цілому. Вона характеризується широким просторово-часовим діапазоном та однонаправленістю – адресат не завжди має можливість прямо висловити свою реакцію Дейву Баррі.

Прикладами суб'єктивної оцінки адресата слугують рецензії та відгуки читачів – пересічних громадян, відомих особистостей та авторитетних американських видань, в яких адресати добирають лексичні, граматичні та стилістичні мовні звороти для висловлення власної оцінки творчості Дейва Баррі як дискурсивної особистості. Пор.:

(71) *And he is a comedian, so a lot of his stuff is very funny and his books have a lot of things and sometimes they are very satirical* [40].

Адресат у своєму відгуку на книгу Дейва Баррі “*Best. State. Ever.: A Florida Man Defends His Homeland*” уживає прикметники *very funny* та *very satirical*, які відображають сутність комічної творчості Дейва Баррі.

Офіційна сторінка Дейва Баррі на сайті «Фейсбук» рясніє коментарями та відгуками читачів, деякі з яких Дейв Баррі не оминає коментарем. Розглянемо детально на прикладах (72) та (73):

(72) *CHRIS MULLIGAN: Still the best, Dave. And your classics will never die!* [21].

Адресатом є один з підписників Дейва Баррі в соціальній мережі *Facebook*, який уживає найвищий ступінь порівняння прикметників “*the best*”, що виокремлює автора з-поміж інших його колег та окличне речення “*And your classics will never die!*” для вираження упевненості в незмінній популярності Дейва Баррі.

(73) JENNY JO WEIR: *Hilarious!!! Laugh out loud, belly laughing fun. If your looking for a lighthearted short book to entertain you and put you in a good mood then look no further* [35].

Користувачі сайту «Гудрідз» мають можливість виставляти оцінку прочитаним книжкам і, найголовніше, писати відгуки. Одна з користувачів цього онлайн ресурсу *Jenny Jo Weir* в своєму коментарі до книги “*Dave Barry Is Not Making This Up*” для висловлення оцінки вживає прикметники “*hilarious*”, “*laugh out loud*” і “*belly laughing*”. Дженні радить книгу Дейва Баррі іншим користувачам сайту, в чому їх запевняє за допомогою дієслова *to entertain* та вислову *put you in a good mood*.

Нами зареєстровано випадки, коли масовий адресат залишає на сайті *Goodreads* негативні відгуки:

(74) DONNA: *I grew up reading Dave Barry’s column right after reading the Garfield comic. I love Dave Barry. Some of his columns were so funny, others....well not so much. This collection of his essays/columns falls into the ‘not so much’, category. It kills me to say that, but this was not the laugh-out-loud stuff I love from him. So 3 stars because I think he is incredibly clever with his material* [35].

Коментар адресата стосовно книги “*Dave Barry Is Not Making This Up*” містить критику: *not so much, not the laugh-out-loud stuff*, однак, не є образливим. Донна з повагою висловлює власну суб’єктивну думку (*It kills me to say that*) та відзначає високий рівень інтелекту Дейва Баррі (*he is incredibly clever*).

Таким чином, услід за класифікацією В. І. Карасика, розрізняємо *адресата-емпатика та адресата-критика*. Адресат-емпатик «заздалегідь приймає сторону мовця, асоціює себе з ним і готовий розсміятися, навіть не дослухавши жарт до

кінця [89, с. 306]». Адресат-критик «спочатку оцінює жарт, вирішує чи смішний він, і лише потім реагує на нього [там само]».

Також відгуки публікують такі відомі газети та журнали з різних регіонів, як *Philadelphia Inquirer*, *Publishers Weekly*, *Los Angeles Daily News*, *Associated Press*, *The Baltimore Sun*, *The Cincinnati Post*, *The Washington Post*, *San Francisco Examiner*, літературні огляди *New York Times Review* та інші. Такі відгуки розміщують на обкладинках книжок Дейва Баррі, щоб зацікавити читача прочитати книгу, акцентуючи увагу на майстерності та таланті автора, наприклад:

(75) “*These latest essays will cause outright, prolonged laughter*”. – *Kirkus Reviews* [29].

У цитаті з відгуку, наданій *Kirkus Reviews*, використовуються епітети (*outright, prolonged*) на позначення реакції від прочитання книги.

Власну оцінку активно висловлюють колеги Дейва Баррі. Так, наприклад, Карл Хайасен, популярний американський письменник у жанрі гумористичного детективу, написав більше двадцяти романів. Карл Хайасен використовує поряд з найвищим ступенем порівняння прикметника *the funniest* табуйовану лексику – прикметник *damn*, який підсилює захоплення від творчості Дейва Баррі.

(76) “*DAVE BARRY IS STILL THE FUNNIEST DAMN WRITER IN THE WHOLE COUNTRY*”. – *CARL HIAASEN* [16].

Слід відзначити, що масовий та колективний адресат має змогу стати індивідуальним адресатом, за умови встановлення прямих діалогічних відносин.

Під час зустрічей Дейва Баррі з читачами до студії надходять телефонні дзвінки з різних штатів Америки:

(77) *SUE: Good afternoon Dave! I’ve been your fan for a very long time. I have a couple of questions about your new book. You have a new book coming out on Tuesday I guess <...> I’m not Jewish. What’s in this book for me?*

DAVE BARRY: [laughter] Um ... Okay <...> Your question is like what is in it for you, I don’t know. But royalty isn’t there for me. [laughter]. So, by all means, Sue, you should buy it [1].

У ролі масового адресата виступає мешканка Сполучених Штатів Сью, яка, переглядаючи інтерв'ю з Дейвом Баррі, мала час продумати питання стосовно його нової книги. Відповідаючи на питання мешканки міста Гейтсвілл, Дейв Баррі використовує стилістичний прийом іронії – *But royalty isn't there for me*. Відповідь автора супроводжується сміхом та рекомендацією придбати книгу. Дейв Баррі обережно «підбирає» доречні лексичні (ідіома *by all means*) та граматичні одиниці (модальне дієслово *should*), щоб не образити адресата.

У наступному прикладі діалог між Дейвом Баррі та масовим адресатом стає можливим завдяки зверненню автора до читачки в одному з розділів книги *“Dave Barry's Greatest Hits”*, в якому він дає відповідь на її лист:

(78) *I have a letter here from Mrs. Belle Ehrlich, of San Jose, California, who feels I should get a new hairdo. To quote her directly: “I enjoy reading most of your columns ... but your hairdo in your photo sure looks DATED and NOT at all flattering or becoming, to say the least. If you are still sporting that awful hairdo, I suggest you go to a good hair stylist to give you a new and better hairdo. I hope you don't mind my criticism, it's nothing personal just a suggestion.”*

Mind? Ha ha! MIND? Of course not, Mrs. Belle Ehrlich of San Jose! As a journalist who seeks to inform his readers about topics of vital concern to the nation and the world, I welcome insulting remarks about my hair! [10, с. 133].

Адресат дає Дейву Баррі негативний відгук стосовно його зачіски – використання прикметника *dated*, що має негативну конотацію прописними літерами (*DATED*) та прикметників разом з негативною часткою *not* (*NOT at all flattering or becoming*). Комізм їх комунікації полягає в інконгруентному протиставленні двох несумісних по своїй значущості «проблем»: зачіски Дейва Баррі та його стурбованості серйозними проблемами у світі. У відповіді на лист адресата Дейв Баррі уживає лексичне повторення дієслова *to mind* прописними літерами (*MIND*), яке є іронією та невербально демонструє підвищення тону голосу, а також прийом іронії (*As a journalist who seeks to inform his readers about topics of vital concern to the nation and the world, I welcome insulting remarks about my hair!*) – Дейв Баррі таки переймається через вигляд зачіски.

Щодо масового адресата-користувача соціальних мереж, відзначаємо, що Дейв Баррі на своїй сторінці Facebook дає відповіді, роз'яснення, поради, які масовий адресат заздалегідь надсилає йому:

(79) DAVE BARRY: *First question comes from Dave Smythe, who asked: "I am traveling to Florida tomorrow. Which should I double, my car insurance or my life insurance?" Dave apparently has the idea that Florida is dangerous. I live in Miami which was for long time seen as a dangerous place. It's not any more ... um ... In fact I proposed a tourism promotion slogan for Miami "Come back to Miami we weren't shooting at you!" But to get to your question specifically ... um ... car insurance or life insurance [pause] my advice is don't drive. It's my advice in Miami because um ... [pause] it's a little different. Everyone in Miami is driving according to the law of his or her individual country of origin. So, you have trouble fitting in, you know, as soon as you are driving as a normal citizen of the United States. So, don't drive ... um ... don't walk either because they can get you anywhere, though come up on the sidewalk, they go to buildings after you. Okay, so, don't drive, don't walk, just stay in your hotel ... um ... you'll be fine [20].*

DAVE SMYTHE: *If only I had received this advice last week it might have saved me quite a bit of aggravation. Thankfully, I did prepare for my trip by having one of Dave's books in my jacket pocket, and it saved my life by stopping a stray poisonous toad. Thanks Dave!* [там само].

Відеовідповідь Дейва Баррі виражена лексичними повторами *don't drive* та *don't walk*. Їх уживання в одному реченні з фразами *stay in your hotel* і *you'll be fine* приводить до порушення логіко-поняттєвих норм – жодна зі страховок не є дієвою. В прикладі також виділено прийом гіперболи (*though come up on the sidewalk, they go to buildings after you*) – автор перебільшує свавілля водіїв у Маямі. Адресат, Дейв Сміт, у коментарі до поради Дейва Баррі застосовує сарказм: *stopping a stray poisonous toad. Thanks Dave!* – хоча б для чогось книга стала у нагоді.

Колективний адресат, перебуваючи в аудиторії під час виступу Дейва Баррі, має змогу задати Дейву Баррі питання наприкінці зустрічі:

(80) RED: *Well, I had a quick second question as well. Your “Year in Review” is one of the primary ways that I keep track of what happens from year to year and I’m sure it’s the same for millions of Americans who ... I was wondering if you could go into more detail as to how you create that. Do you, like, save snippets throughout year, like a giant file folder?*

DAVE BARRY: *No, I, I should, but I do it pretty much way I got through college as an English major, is to wait until the last minute and then take amphetamines [audience laughs]. No! No! Nooo!!! No. That would be so wrong. No. I don’t even know where to get them anymore [18].*

Комізм комунікації ґрунтується на доведенні до абсурду. Дейв Баррі «грає» протиріччями, відповідаючи на серйозне запитання стосовно створення щорічної статті “*Year in Review*” для *Miami Herald*, в якій автор коментує світові події в комічному ключі. Повторення вигуку “no” з подальшим подовженням ударного голосного звуку [o] – “Nooo!!!” в поєднанні з голосним підвищеним тоном підсилюють реакцію-заперечення Дейва Баррі.

Аналіз діалогічної комунікації Дейва Баррі з адресатом дав можливість виділити основні риси комунікантів. Прагнення Дейва Баррі до самовираження, самопрезентації, мовленнєвого перевтілення в комунікації та готовність до експерименту втілюються в його комічному образі. Дейв Баррі як креативна дискурсивна особистість в усній і письмовій комунікації компетентно оперує вербальними та невербальними одиницями комунікації, що, в свою чергу, викликає в адресата сміхову реакцію. Комічний ідіодискурс Дейва Баррі здебільшого адресований ерудованому адресату з почуттям гумору, який зможе осягнути художні тексти автора і відчувати на собі ефект комічного.

У дослідженні виділено типи адресатів: за кількісним показником (індивідуальний, колективний, масовий), за приналежністю до певної лінгвокультури (національний, іншокультурний), реакцією на гумор (адресат-емпатик, адресат-критик). Адресат постмодерністського комічного ідіодискурсу – це компетентна особистість з почуттям гумору. Наявність фонових знань дає змогу адресату правильно інтерпретувати гумор Дейва Баррі.

2.4. Екстралінгвальний контекст комічного ідіодискурсу Дейва Баррі

Розуміння ідіодискурсу як зв'язного тексту певного автора «в сукупності з екстралінгвальними факторами» [372, с. 136] дає можливість виділити екстралінгвальний (ситуативний) контекст – ті обставини, за яких відбувається комунікація: час, місце, особистості комунікантів, їх соціальні ролі тощо.

Ситуативний контекст має три виміри: фізичний (охоплює місце комунікації, впливає на зміст і форму повідомлення та на атмосферу спілкування), соціально-психологічний (виявляється в характері зв'язків між учасниками спілкування, їхніх статусах, соціальних ролях, нормах і культурних чинниках, прийнятих у суспільстві, а також у фізичному стані мовців, їхніх психологічних особливостях), часовий (включає пору дня, історичні умови, суспільно-політичний устрій тощо, в межах яких відбувається спілкування) [19, с. 66-67]. Таким чином, ситуації спілкування розуміються як контексти.

У *фізичному вимірі* ситуативного контексту ситуації спілкування можуть бути розділені на повсякденні та інституційні, де перший тип превалює. Пор.:

(81) *We're riding in a cab from La Guardia Airport to our Manhattan hotel, and I want to interview the driver, because this is how we professional journalists take the Pulse of a City, only I can't, because he doesn't speak English. He is not allowed to, under the rules, which are posted right on the seat:*

NEW YORK TAXI RULES:

1. DRIVER SPEAKS NO ENGLISH.

2. DRIVER JUST GOT HERE TWO DAYS AGO FROM SOMEPLACE LIKE SENEGAL.

3. DRIVER HATES YOU [10, с. 61-62].

Комізм повсякденної ситуації – проїзд у таксі – ґрунтується на підтексті: «не відволікай водія надокучливими питаннями під час поїздки». Таким чином, наведені правила адресовано «професійним журналістам», які заважають водію керувати автомобілем.

У наступному прикладі представлена буденна ситуація – відвідання парку розваг:

(82) *Often there will be local fairs and festivals where the kids can ride on the Whirl- 'n' -Puke while Mom and Dad enjoy tasty local cuisine such as french fried potatoes, fried chicken, fried onion rings, fried dough, and fried frying oil fried with fried sugar* [12, с. 8].

Дітей нудить від довгого катання на каруселі (*Whirl- 'n' -Puke*), а їх батьків – від великої кількості страв, виражених алітерацією – повтором літери *f*.

Інституційна ситуація в представленому нижче прикладі має місце в університеті Елон (*Elon University*) у Північній Кароліні, де Дейв Баррі виголошує промову перед випускниками як володар Пулітцерівської премії:

(83) *So, here is my main piece of advice to pass along the students in this room ... um ... about college – stay in college, okay! That's my big piece. I don't mean in the sense of don't drop out. I mean don't let them trick you into graduating, okay! [laughter]. It's really bad out there! Stay right here! Keep changing majors! When they run out of majors hide in the shrubbery! Don't, don't let them make you leave [24].*

Комізм пов'язаний з інконгруентністю, сутність якої полягає в тлумаченні поради Дейва Баррі (*stay in college*): байдикувати краще, ніж працювати.

Розглянемо ще приклад, у якому інституційна ситуація – це відвідання Лувру:

(84) *But you should definitely visit the Louvre, a world-famous art museum where you can view, at close range, the backs of thousands of other tourists trying to see the Mona Lisa, which actually was stolen in 1978, but the crowd is so dense that it doesn't matter* [12, с. 141].

Прийом парадоксу ґрунтується на мовній грі: *to view the back* замість *to view a picture*, оскільки *to view* означає *to look at something in a complete or careful way* [373]. Тобто, туристи стоять у довгих чергах, щоб розглядати спини один одного, а не відому картину (*the Mona Lisa*), яка насправді є копією.

Соціально-психологічний вимір ситуативного контексту, насамперед, відображає готовність адресата сприймати комічні тексти Дейва Баррі. Цей вимір

ситуативного контексту простежується в усній комунікації, де є можливість, на відміну від письмової комунікації, простежити інтеракцію Дейва Баррі з адресатом. Соціальна складова включає в себе мету комунікації – Дейв Баррі налаштований розсмішити адресата, донести до нього важливу інформацію, адресат прагне отримати відповіді на питання, що його цікавлять; взаємовідносини між комунікантами – дружні, приязні; ситуація, в якій відбувається спілкування, – актова зала, лекторія, телестудія, книжковий магазин. Психологічна складова стосується почуттів та емоцій, які привносять комуніканти в процес спілкування – Дейв Баррі та його опонент завжди перебувають у веселому настрої, адже вони заздалегідь налаштовані на гумористичний перебіг зустрічі.

Успішність комунікації залежить від розуміння комунікантами власної соціальної ролі та ролі партнера, що є важливим для вибору відповідної вербальної та невербальної поведінки. За соціальними ролями визначаємо, що Дейв Баррі – письменник-гуморист, респондент, спікер; адресат – інтерв'юер, глядач. Знання соціальних норм та культурних чинників також впливає на успішність комунікації.

Для розуміння наступного жарту, який полягає у використанні прийому контрасту, адресат повинен бути обізнаним у американській та японській культурах:

(85) *The mysterious thing about all this is that Japan – ask anybody who has been there – has superb service. And not just in nice hotels. Everywhere. You walk into any store, any restaurant, no matter how low-rent it looks, and I bet you that somebody will immediately call out to you in a cheerful manner. This happened to us all over. I never understood what the people were saying, of course. They could have been saying: “Hah! Americans! We will eventually purchase your entire nation and use the Lincoln Memorial for tofu storage!” But they always sounded friendly and welcoming [3, с. 47].*

Комізм створено за рахунок іронії, що ґрунтується на припущенні Дейва Баррі стосовно доброзичливості японців (*superb service, call out to you in a cheerful manner*), які, насправді, лише удають з себе люб'язних.

Приклад (86) демонструє порушення Дейвом Баррі соціальних норм у Японії – японського етикету нахилу – перетворює представлену ситуацію на комічну. Гіпербола у фразі *I bowed to our suitcases* створює комічний ефект – Дейв Баррі невпинно кланяється. Він доводить цей «ритуал» до абсурду та вклоняється усьому підряд, навіть своїм валізам.

(86) *This happened quite often. It started when we arrived at our hotel in Tokyo. As I was descending the steps of the airport bus, two uniformed bellmen came rushing up and bowed to me. Trying to look casual but feeling like an idiot, I bowed back. I probably did it wrong, because then they bowed back. So I bowed back. The three of us sort of bowed our way over to where the luggage was being unloaded, and I bowed to our suitcases, and the bellmen, bowing, picked them up and rushed into the hotel. We followed them past a bowing doorman into the hotel, where we were gang-bowed by hotel employees. No matter which direction we turned, they were aiming bows at us, sometimes from as far as twenty-five yards away [3, с. 45].*

Сутність помилки при привітанні полягає в тому, що Дейв Баррі, очевидно, обирає неправильний кут нахилу при привітанні. В японській культурі існує чотири типи привітання: кивок головою – так вітаються друзі та ті, що мають вищий соціальний статус; привітальний уклін з нахилом корпусу на 15 градусів – привітання людей з рівним статусом; привітальний уклін на 30 градусів – глибокий уклін для привітання людини з вищим статусом; уклін на 45 градусів – використовується для прояву найвищого ступеня поваги для вибачення або уклін імператору. Оскільки гість у японській культурі має вищий статус по відношенню до працівника готелю, носій вклонився на 30 градусів, а Дейв Баррі, не знаючи цього, вклонився у відповідь замість того, щоб просто кивнути.

Часовий вимір передбачає, що адресат для декодування закладеної автором інформації повинен мати певні фонові знання стосовно американської та інших лінгвокультур – державні цінності, традиції, символи, історичні та культурні реалії тощо.

(87) *Forget about the plumbing. It will work perfectly. It always does, when you inspect it, because plumbing is one of the most intelligent life forms on the planet, and it*

would never be so foolish as to tip its hand to you. It will wait until after you have bought the house. Late some night, you'll hear strange gurglings and sloshings in your pipes; this will be the sound of your toilets communicating with each other, making their plans:

FIRST TOILET: It's on. Tomorrow is New Year's Day, they have house guests, it's four degrees below zero outside, and their plumber is in Switzerland. We break tonight.

SECOND TOILET: Ha ha! I'll tell the hot water heater [11, с. 22].

У наведеному прикладі часовий вимір актуалізовано лексичними маркерами часу: *late night, tomorrow, tonight*. Комізм полягає в іронії, вираженій порівняльним зворотом: *one of the most intelligent life forms on the planet*. Таким чином, Дейв Баррі звертає увагу на приховані ризики при купівлі дому.

Часовий вимір також пов'язаний з культурою та історією відповідної нації, спільноти, громади тощо. У нижченаведеному прикладі використовується прийом порівняння, щоб висміяти надмірне уподобання німцями пива (національний напій у Німеччині).

(88) *They have wonderful beer in Germany, and they serve it in containers so large that, in other nations, they would be used as shelters for the homeless. This gives new meaning to the concept of "having a beer". In the United States, "having a beer" is a semi-harmless act that leaves you feeling slightly mellow, whereas in Germany it can leave you dancing naked on the roof of a moving bus [12, с.142].*

Дейв Баррі порівнює ставлення до пива в німецькій та американській лінгвокультурах. Комічний ефект створюється за рахунок прихованої іронії, представленої двома паралельними концепціями традиційної фрази *to have a beer* – випити пива, тобто невелику порцію, кухоль: 1) захмеліти в Америці (*to feel slightly mellow*) і 2) напиться «до чортиків» у Німеччині (*dancing naked on the roof of a moving bus*).

Для часового виміру ситуативного контексту важливе значення має наявність у адресата історичних знань, у цьому випадку – історії Америки:

(89) <...> *who actually reached North America before Columbus did, although they [Vikings] were stripped of the title when blood tests revealed they had used steroids* [12, с. 130].

Виділяємо два типи реалій: ономастичну – антропонім *Columbus* та етнографічну – *Vikings* в «географічній суперечці» про те, хто з них першим дістався берегів Західної Америки. Комізм викликаний парадоксом: *blood tests revealed they had used steroids*. Спостерігаємо накладання двох дискурсів – спортивного та історичного, що приводить до абсурду: несумісність планів у часовому просторі.

У постмодерністському комічному ідіодискурсі Дейв Баррі створює певну модель світу, в якій знаходить своє відображення традиційна для масової спільноти система цінностей, у суб'єктивній інтерпретації автора – ситуативний контекст. Такий тип контексту відносить текст до його витоків, дає можливість доповнити лінгвістичний аналіз комічного ідіодискурсу Дейва Баррі історичними, соціологічними, етнографічними вкрапленнями. Виділені (фізичний, соціально-психологічний та часовий) виміри ситуативного контексту задають контекстуальні координати, які адресат має віднайти та інтерпретувати.

Висновки до розділу 2

1. Дослідження постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі в межах функціонально-комунікативної стилістики тексту дало змогу виділити макрофункцію та ряд мікрофункцій як усної, так і письмової комунікації. Провідною є комунікативна макрофункція, яка проявляється в усній та письмовій комунікації. У комунікативній макрофункції реалізуються комунікативні наміри автора й адресата, що існують у формі діалогу. Комуніканти змінюють ролі в залежності від комунікативної ситуації для досягнення поставленої мети: Дейв Баррі – розважити, адресат – отримати гедоністичну насолоду від комунікації. Комунікативна макрофункція наскрізно пронизує комічний ідіодискурс та супроводжує інші мікрофункції.

2. Мікрофункція – це додаткова функція, значення якої накладається на комунікативну макрофункцію. До мікрофункцій віднесено емоційно-експресивну, темо-перемикальну, критичну та функцію детабуїзації.

2.1. Емоційно-експресивна функція націлена на встановлення емоційного зв'язку між комунікантами, який стає можливим завдяки вживанню Дейвом Баррі емоційно забарвленої лексики для вираження суб'єктивної оцінки. Емоційно-експресивна функція в постмодерністському комічному ідіодискурсі Дейва Баррі представлена okazіоналізмами, лексичними повторами, капіталізацією.

2.2. Темо-перемикальна функція полягає в зміні тональності спілкування з серйозної на гумористичну та навмисній зміні теми в процесі спілкування. Дейв Баррі вдається до лексичної гри, прийому порівняння, градації, використовує інтертекстуальні включення, стилізації під діалог. Зміна тональності супроводжується просодичним проявом позиції автора – зміни серйозного виразу обличчя на веселий – широка посмішка, сміх.

2.3. Критична функція відображає висміювання Дейвом Баррі соціальних, релігійних, політичних, культурних, естетичних норм у суспільстві за рахунок прийомів іронії, гіперболи, сарказму, порівняння. У своїх текстах автор застосовує самоіронію – відкрито висміює власні недоліки, такі як зовнішній вигляд та вікові зміни.

2.4. Функція детабуїзації актуалізується Дейвом Баррі в американізмах, обценній лексиці, сленгу для спілкування з адресатом на табуйовані теми – смерть, наркотики, секс, релігія. Автор визначає за мету створити невимушену атмосферу та зняти психологічне й емоційне напруження між комунікантами за допомогою прийомів комічного: інтертекстуальних включень, зокрема цитації, іронії, сарказму.

3. Автор і адресат – це ключові фігури комічного ідіодискурсу, які тісно взаємодіють під час комунікації. Взаємовплив Дейва Баррі й адресата характеризується створенням гедоністичного ефекту, який експлікується в сміховій реакції комунікантів, посмішці, оплесках, рукоштовпанні, дружніх обіймах. Установлено, що адресат комічного ідіодискурсу своїми респонсивними

діями, вербальними та невербальними, впливає на формування комічного образу Дейва Баррі.

Діалогічна комічна комунікація полягає в адресантно-адресатній інверсії, тобто креативній грі між Дейвом Баррі та адресатом, спрямованій на створення атмосфери співтворчості. Успішність комунікації залежить від рівня лінгвокультурної компетентності адресата. Установлено, що для національного адресата процес декодування засобів комічного не викликає труднощів, тоді як іншокультурний адресат не завжди розуміється на особливостях американського гумору, зокрема певних реалій, що призводить до комунікативних невдач.

3.1. Образ автора як креативної дискурсивної особистості формується в безпосередньому контакті між ним та адресатом. Від респонсивних дій адресата залежить перебіг комунікації та добір Дейвом Баррі засобів комічного. Встановлено, що комічний образ Дейва Баррі ґрунтується на чотирьох базових ознаках: емоційність, експресивність, іронічність та саркастичність. Ці характеристики спираються на найбільш уживані автором прийоми: алогізму, парадоксу, (само-) іронії, сарказму, протиставленні, капіталізації, звуконаслідуванні.

3.2. Адресат комічного ідіодискурсу реагує на жарти Дейва Баррі або схвально, або критично. Таким чином, розрізняємо адресата-емпатика та адресата-критика. Перший підтримує позицію Дейва Баррі, розділяє його гумористичні уподобання, завідома готовий схвалити обрані ним засоби створення комічного. Адресат-критик повністю або частково не поділяє концепцію Дейва Баррі, не одразу висловлює власне ставлення до почутого/прочитаного матеріалу.

3.3. У комічному ідіодискурсі Дейва Баррі виділено три типи адресатів: індивідуальний, колективний та масовий. Індивідуальний адресат – це дискурсивна особистість, яка перебуває в тісних діалогічних відносинах з Дейвом Баррі, має змогу особисто, вербально та невербально, висловити власну позицію автору. До цього типу належать: журналісти, ведучі телевізійних шоу, радіоведучі. Колективний адресат визначається як група людей, яких об'єднує

спільний інтерес – творчість Дейва Баррі, діяльність, праця, професія тощо. До колективного адресата відносимо учасників зустрічей з автором, делегатів конференцій та книжкових ярмарків, публічних зібрань. Масового адресата представлено такими особистостями, як читач, телеглядач, радіослухач, користувач мережі Інтернет. Масовий адресат – це суспільство в цілому. Комунікативна взаємодія Дейва Баррі з адресатом цього типу є однонаправленою та характеризується широким просторово-часовим діапазоном.

4. Контекстуальні координати комічного ідіодискурсу Дейва Баррі зосереджено в трьох вимірах: фізичному, соціально-психологічному та часовому. Для фізичного виміру властивими є повсякденні та інституційні ситуації спілкування – проїзд у таксі, сімейний відпочинок, виступ в університетській аудиторії, похід до музею тощо. Соціально-психологічний вимір відображає ступінь володіння адресатом та Дейвом Баррі соціальними та культурними нормами, а також, психологічний стан – почуття, емоції, думки. Часовий вимір стосується просторово-часових координат, наявності фонових історичних та культурних знань для зрозуміння сутності використаних Дейвом Баррі прийомів та засобів комічного в художніх текстах.

Основні положення цього розділу відображені в таких публікаціях автора: [129; 130; 132; 134; 136].

РОЗДІЛ 3. КРЕАТИВНА ПОЛІСТИЛІСТИКА ПОСТМОДЕРНІСТСЬКИХ КОМІЧНИХ ХУДОЖНІХ ТЕКСТІВ ДЕЙВА БАРРІ

3.1. Тема-рематичний механізм комічного і його експлікація в ідіодискурсі Дейва Баррі

Характер зв'язності тексту розкриває його *комунікативна структура*, яка спирається на тема-рематичні відносини, виділені науковцями на рівні речення (в середині пропозиції) [105; 119; 160; 204] та на рівні тексту (між пропозиціями і між абзацами) [169; 205; 304; 307]. Тема і рема «підпорядковуються виконанню комунікативно-прагматичних функцій у тексті – передачі інформації з одночасним її віднесенням до певної смислової категорії» [63, с. 67]. Як зазначає Т. А. ван Дейк, текст є макроструктурою, глобальною єдністю, яка не є результатом поєднання його мікроструктур, а спирається на єдність змісту [цит. за: 205, с. 29]. Отже, лише в своєму змістовному поєднанні тема і рема утворюють смислову значущість.

Тема-рематичний принцип представлення інформації – це певний механізм текстотворення, потужний важіль, що дає можливість виявити додаткові змістові зв'язки в тексті. *Механізм* є «послідовністю станів, процесів, що визначають собою певну дію, явище» [370], тобто в тексті він скеровує інформацію від теми до реми, яка впливає на емоційний стан адресата. Емоції різняться в залежності від жанрової приналежності тексту, наприклад, детектив, трагедія, комедія тощо.

У річищі цих міркувань у дисертації вперше запропоновано *тема-рематичний механізм комічного*, сутність якого полягає в динамічному процесі переміщення відносно відомої інформації, яка апріорно заряджена автором комічною інтенцією в темі до саме комічної розрядки в ремі. Інформація, представлена адресантом у темі, – це певний тригер, який готує адресата до нової комічної інформації в ремі. В основу тема-рематичного механізму комічного покладено напруженість.

Напруженість тексту – це «динамічна щільність його змісту, здатна утримати увагу реципієнта в емоційній напрузі від початку до кінця» [212, с. 28]. Напруженість тексту також розуміється як «концентрація (щільність) фонетичних, графічних, лексичних, синтактико-стилістичних експресивних засобів, що використовуються автором у композиційній побудові тексту» [184, с. 12; див. також: 282; 283]. Досліджуючи наративну напруженість у художньому тексті жанру детективу, Г. В. Лещенко визначила, що наративна напруженість «має на меті запланований автором читацький ефект» [142, с. 6]. Тобто автор самостійно регулює, коректує переміщення інформації, зокрема комічної.

Напруженість у комічному художньому тексті є базовою складовою тематичного механізму. Вона спрямована на те, щоб зацікавити адресата, викликати бажання швидшого вирішення ситуації в ремі. Напруженість у темі комічного художнього тексту виникає за умови, що автору вдалося викликати в адресата інтерес до комічної ситуації. Для цього автор ретельно добирає компоненти створення напруженості в темі, які проявляються на усіх мовних рівнях. Напруженість комічного тексту знімається адресатом у ремі у вигляді емоційної реакції (посмішка, сміх, регіт, вигуки) на ужиті автором стилістичні засоби та на сам текст жарту. Таким чином, рема виконує реактивну функцію, яка полягає в миттєвому вивільненні комічної енергії у вигляді сміхової реакції адресата й автора.

Беручи до уваги типологію читацького інтересу, запропоновану Г. В. Лещенко (особистісний, ситуативний, текстовий, тематичний, емоційний, когнітивний та наративний [141, с. 84-91]), вважаємо за доцільне виділити типи інтересу як види реакції адресата на напруженість у темі комічного художнього тексту. *Див. схему. 3.1.:*

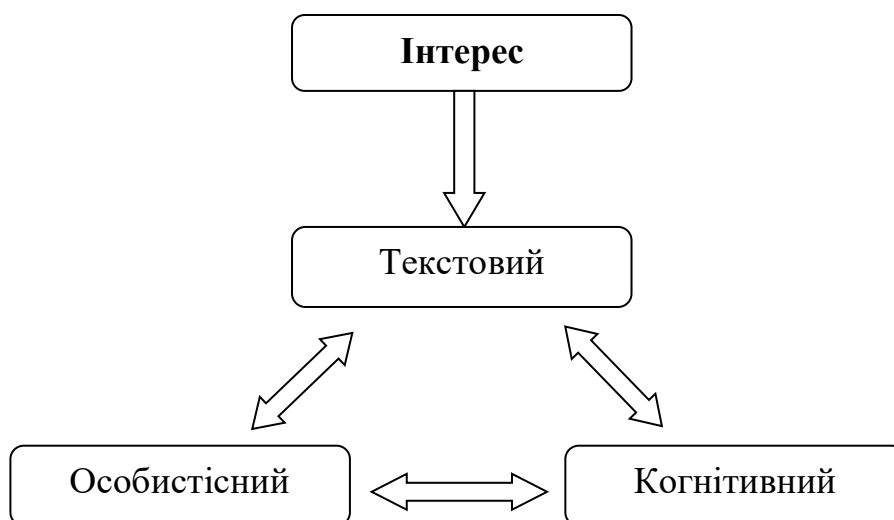


Схема 3.1. Типи інтересу в темі комічного художнього тексту

Як видно зі схеми 3.1., головним для адресата є *текстовий інтерес*, який виникає в темі як реакція на ужиті автором мовні засоби комічного (від фонетичного до текстового рівня) та немовні (рисунок, графіка, фото тощо).

(90) **T:** *CONGRATULATIONS! You have purchased an extremely fine device that would give you thousands of years of trouble-free service,*

R: *except that you undoubtedly will destroy it via some typical bonehead consumer maneuver* [10, с. 100].

Комічна напруженість у темі пов'язана з прийомом капіталізації – *CONGRATULATIONS!* Комізм ґрунтується на гіперболі (*thousands of years of trouble-free service*) – перебільшення терміну експлуатації пристрою. В ремі відбувається накладення двох дискурсів: побутового з військовим.

Текстовий інтерес також залежить від обраної автором тематики, її доцільності та актуальності. До актуальних тем належать: міжособистісні стосунки, вік, дозволя, подорожі тощо.

(91) **T:** *The type of luggage you carry says a lot about you. For example, if you're carrying somebody else's luggage, it says*

R: *you're a thief* [12, с. 22].

Напруженість виникає за рахунок уживання клішованої фрази *for example* – адресат розраховує дізнатись про різновиди багажу. Автор створює ефект ошуканого очікування – важливим є не тип валізи, а її наявність.

Текстовий інтерес корелює з особистісним та когнітивним типами інтересу. *Особистісний інтерес* ґрунтується на діалогічних відносинах між автором та адресатом. Адресата цікавить автор як особистість, його соціальна природа, індивідуальні риси:

(92) **T:** *Me, I am leading a quiet life. Too quiet. This is why I'm going to form the Urban Professionals. Right now I am actively recruiting members. So far I've recruited one, an editor named Tom whose musical qualifications are that*

R: *he is 32 years old.*" [10, с. 105].

Алогізм полягає в навмисному порушенні логічного зв'язку – Дейв Баррі нудьгує: *quiet life, too quiet*. Напруженість пов'язана з тим, що адресат, насправді, знає, що Дейв Баррі веде активний спосіб життя (видає книжки, виступає на телевізійних шоу, книжкових ярмарках тощо). Критерій обрання учасника свого музичного гурту "*Urban Professionals*" зводиться до інконгруентності – Том не є професійним музикантом (він – видавець): його «музичні» здібності – це вік.

Когнітивний інтерес характеризується мисленнєвою діяльністю адресата. Сприймавши комічно марковану інформацію в темі, адресат прораховує можливі варіанти представлення подальших подій у ремі, спираючись на фонові знання.

(93) **T:** *Most of us older people managed to completely avoid participating in the cigar trend, and we feel good about it. We also feel good about the fact when we hear about global warming, or toxic wastes, or global cooling, or the destruction of the rain forests, or one of the many serious problems threatening to wipe the entire human race by the 2050 unless we do something drastic,*

R: *we can frown politely as though we're concerned, when in fact we're thinking: "No problem! I'll be dead!"* [8, с. 18].

Напруженість виникає в темі через те, що автор торкається таких серйозних проблем, як глобальне потепління, токсичні відходи, глобальне похолодання, знищення тропічних лісів. Для створення комізму Дейв Баррі вживає сарказм, що актуалізується контрастним використанням словосполучень *to completely avoid* та *feel good*, які в поєднанні з іменниками приводять до порушення логіко-поняттєвих норм: *to completely avoid cigar trend* протиставляється *to feel good*

about global warming, toxic wastes, global cooling, destruction of the rain forests.

Отже, людей похилого віку хвилює лише наслідування модного тренду. Комізм підсилюється стилістичним прийомом оксиморону: *frown politely* – “*No problem!*”, тобто літнім людям байдуже майбутнє людської раси – вони живуть сьогоднішнім.

Отже, напруженість комічного тексту в темі та ремі відрізняється за рівнем інтенсивності: в темі вона є нижчою, ніж у ремі. Напруженість теми прямо пропорційно залежить від ступеня інтересу адресата, тобто поступова акумуляція інформації в темі підвищує цікавість адресата, викликає бажання скорішої розв’язки в ремі. Напруженість, досягнувши максимуму, вивільняється в ремі у формі сміхової реакції адресата. Принцип функціонування тема-рематичного механізму комічного узагальнено в таблиці (Таблиця 1.1.):

Таблиця 1.1.

Функціонування тема-рематичного механізму комічного

	Компоненти створення напруженості в темі	Принцип розрядки напруженості в ремі
1	Інтенція автора викликати в адресата текстовий, особистісний та когнітивний інтерес	Психологічне зняття напруженості, виражене сміховою реакцією адресата на вжиті автором у художньому тексті засоби комічного, особливості оформлення тексту (зміст, організація простору сторінки)
2	Налаштованість на комізм (автор уживає в комічному художньому тексті ймовірно відому для адресата інформацію)	Тісний контакт адресата з автором у невимушеній обстановці

Продовження таблиці 1.1.

	Компоненти створення напруженості в темі	Принцип розрядки напруженості в ремі
3	Емоційні клішовані патерни (<i>What makes us happy?; I love jokes; Listen, I'll tell you a joke</i>), націлені на реалізацію комічної установки автора	Інтенсивна емоційна реакція (посмішка, сміх, регіт)
4	Креативне використання автором вербальних та невербальних засобів з метою отримання гедоністичної насолоди від комунікації	Ефект ошуканого очікування за наявності комічної ситуації

Розглянемо на прикладі принцип роботи тема-рематичного механізму комічного:

(94) **T:** *I suspect if women designed these games, there would be a lot more social interaction. You'd be wandering through the dark, maze-like basement of the Castle of Terror, lost, and as you came around a corner, you'd encounter this grotesque, insect-like, slime-dripping, multi-eyed creature, but instead of shooting at it,*
R: *you'd say, "Excuse me, I'm lost"* [4, с. 72-73].

У прикладі порушено онтологічну норму – спілкування людини з монстром (*"Excuse me, I'm lost"*). Автор також висміює надмірну балакучість жінок – монстр не налякав дівчину, адже для неї пріоритетним є сам процес спілкування.

Наведений матеріал підтверджує, що тема-рематичний механізм комічного в художньому тексті регулює процес переміщення інформації в текстовому просторі. Базовою складовою механізму є напруженість, яка виконує роль певного важеля, що балансує між темою та ремою, і, в результаті, переважає в бік реми, в якій концентрація засобів комічного є більшою.

3.2. Специфіка обкладинок художніх текстів Дейва Баррі в проекції тема-рематичного механізму створення комічного

Характерною ознакою обкладинок книжок Дейва Баррі є їх належність до креолізованого тексту. Креолізований текст відзначається прагматичною ємністю та різноманіттям лінгвістичних та графічних засобів, що складають його структуру. Такі тексти «складаються з двох негомогенних частин (вербальної, мовної (мовленнєвої) і невербальної (що належить до інших знакових систем, ніж природна мова)» [242, с. 180-181]. Вербальні та невербальні компоненти креолізованого тексту утворюють візуальне, структурне, змістове та функціональне ціле, спрямоване на комплексний вплив на адресата [3, с. 17]. Невербальні, графічні засоби, супроводжуючи письмову мову [49, с. 75], розширюють змістове наповнення тексту, додаючи нових елементів до його значення. Креативність Дейва Баррі неосяжна: він є консультантом з оформлення обкладинок, за його ініціативи художники-оформлювачі та художники-ілюстратори виконують малюнки, узгоджують з автором макет книжок, фотографи роблять фото для обкладинок та всередині книжок.

Тема-рематична організація креолізованих обкладинок книжок Дейва Баррі полягає у співвіднесеності текстового та іконічного компонентів. Тема задається в текстовій частині і викликає відчуття комічної напруженості – адресат відчуває комічну розрядку: з нетерпінням чекає на емоційну реакцію в ремі, іконічній частині, яка представлена експліцитно (зображення, малюнок, схема) та імпліцитно. Комізм реми ґрунтується на ефекті ошуканого очікування – Дейв Баррі глузує з адресата та дурить його. Для інтерпретації значення креолізованого тексту адресат апелює до власних фонових знань. Виділено такі критерії встановлення тема-рематичного зв'язку на креолізованих обкладинках:

1. Тема представлена експліцитно, рема – імпліцитно:

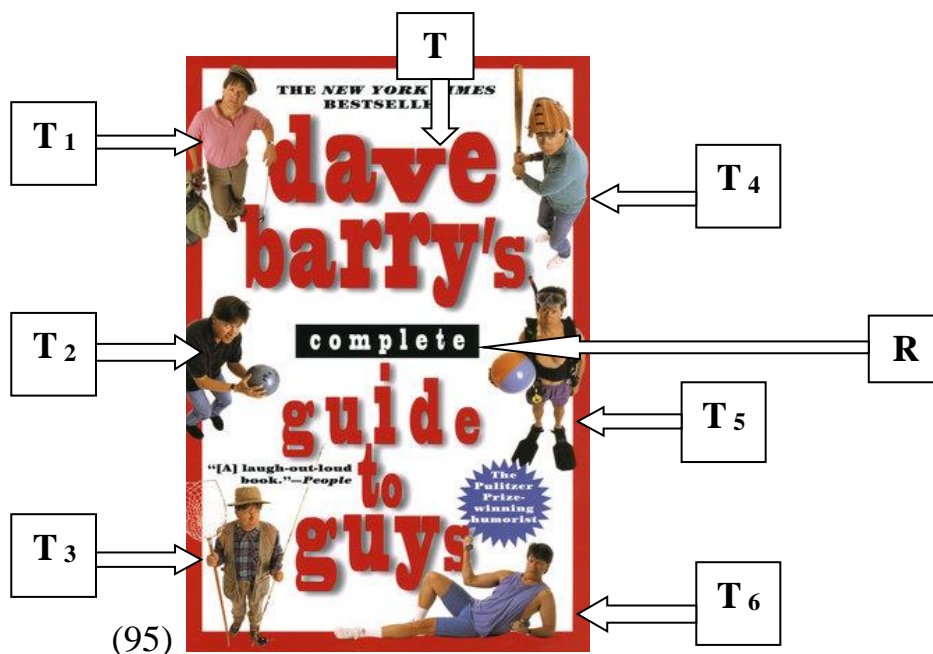
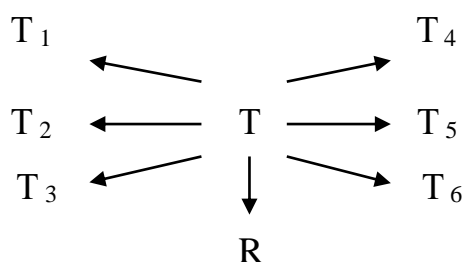


Рис. 3.1. Обкладинка книги “Dave Barry’s Complete Guide to Guys”

Темою є назва книги “*Dave Barry’s Complete Guide to Guys*”. Вербально вираженій темі (“*Dave Barry’s Guide to Guys*”) відповідає шість невербально представлених тем – фото Дейва Баррі в образах гольфіста, боулера, рибалки, гравця в регбі, водне поло та спортсмена на тренуванні, які, так би мовити, декодують прикметник “*complete*” у назві книги, представляючи хобі чоловіків. Відповідно, одній загальній вербальній темі підпорядковуються шість невербальних тем:



Напруженість у темі виникає за рахунок стилістичного прийому гіперболи – значення прикметника “*complete*” є значно перебільшеним. Емоційна комічна розрядка в ремі пов’язана з її імпліцитним вираженням – Дейв Баррі написав неповний (“*incomplete*”) посібник для чоловіків, який навчає лише, як байдикувати та розважатись, замість того, щоб заробляти гроші та виконувати

роботу по дому. Спостерігається імплікація: розважатись – це все, що потрібно чоловіку.

2. Тема та рема представлені експліцитно:

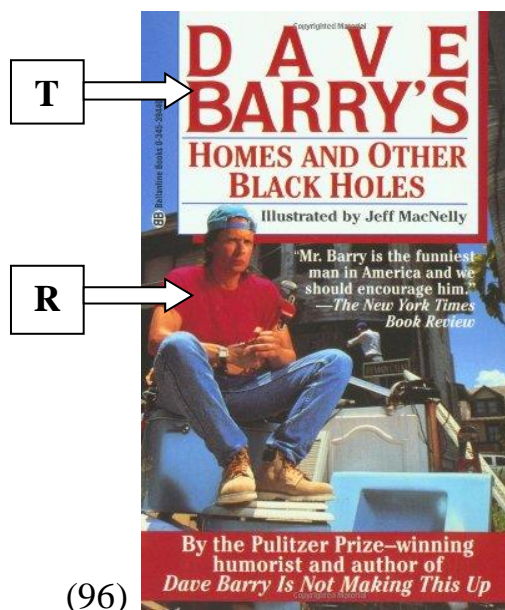


Рис. 3.2. Обкладинка книги “Dave Barry’s Homes and Other Black Holes”

Назва книги “*Dave Barry’s Homes and Other Black Holes*” є темою, а фото Дейва Баррі в образі будівельника – ремою.

T → R

Напруженість у темі пов’язана з уживанням прийому порівняння, що ґрунтується на грі слів, виражених паронімами *home* і *hole* – зіставлення оселі Дейва Баррі, яку він будує, з чорною дірою – «космічний об’єкт, що не дає випромінювань та володіє потужним полем тяжіння» [371]. Комізм теми створюється за рахунок чорного гумору – так само, як у чорній дірі зникає все безслідно, будівництво, як прірва, «поглинає» гроші, час та зусилля Дейва Баррі. Рема підсилює комічний ефект – замислений погляд Дейва Баррі, спрямований у «чорну діру».

Виділено низку креолізованих обкладинок, на яких комічний ефект у ремі створюється за рахунок алюзії. Розглянемо приклад:

Темою є назва книги “*Dave Barry Talks Back*”, у якій напруженість провокується вжитим фразовим дієсловом *to talk back* – суперечити. Тож у адресата виникає питання: кому суперечить Дейв Баррі та чому? Комізм реми

полягає у використанні стилістичного прийому алюзії – відсилання на трагедію “*Hamlet, Prince of Denmark*” Вільяма Шекспіра.

T —————> R

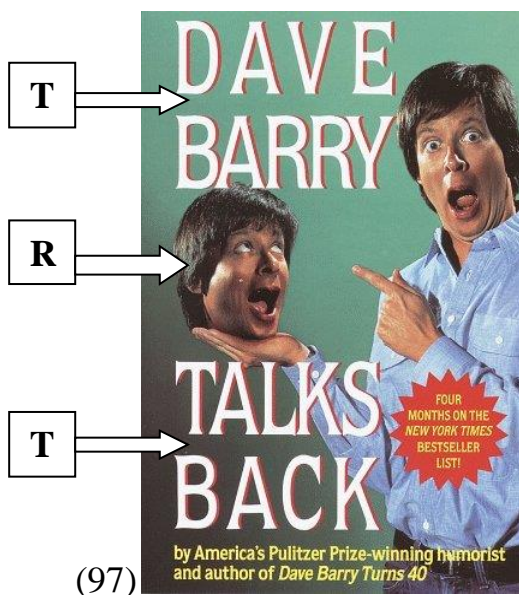


Рис. 3.3. Обкладинка книги
“Dave Barry Talks Back”

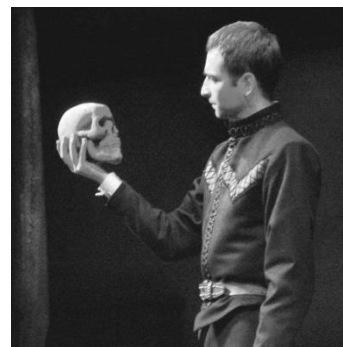


Рис. 3.4. Ілюстрація реми-алюзії
на трагедію
“Hamlet, Prince of Denmark”

Дейв Баррі з черепом у руці нагадує головного героя трагедії “*Hamlet, Prince of Denmark*” Вільяма Шекспіра. Різниця в тому, що Дейв Баррі усміхається і готовий жартувати, у той час, як головний герой Шекспіра вирішує питання “*To be, or not to be?*” Череп належить другорядному герою – Йорику – королівському блазню. У п’ятій дії сцени першої Гамлет, з черепом у руці, розмірковує над сенсом життя. Череп навіює Гамлету думки про його власну смерть та суєтність земного життя. Об’єднує ці два рисунки те, що адресанти розмовляють з блазнями. Дейв Баррі вступає із самим собою у діалог, представлений у формі внутрішньої діалогічності (концепція М. М. Бахтіна) – у свідомості Дейва Баррі створюється образ співрозмовника, «Іншого». Діалог «Я-Інший» має комічний підтекст: Дейв Баррі радиться з власним альтер-Его щодо створення комічних текстів.

До композиційних особливостей креолізованих обкладинок відносимо лексичну подібність теми. Розглянемо детальніше на прикладах:

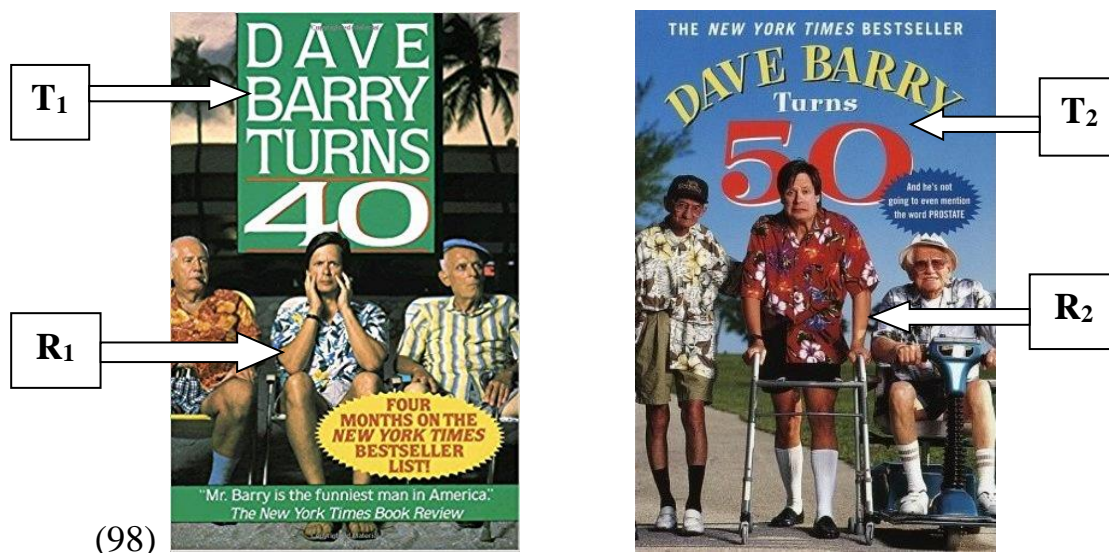
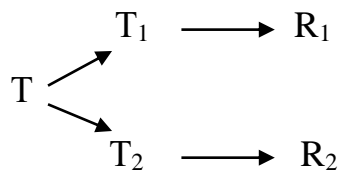


Рис. 3.5. Лексична подібність теми в уживанні дієслова “to turn”

Уживання дієслова *to turn* разом з числівниками 40 і 50 означає, що комічні художні тексти Дейва Баррі об'єднано спільною гіпертемою – вік. Гіпертемі відповідають дві вербальні теми – назви книжок, до яких відносимо дві невербальні реми – зображення.



У темах на креолізованих обкладинках книг “*Dave Barry Turns 40*” та “*Dave Barry Turns 50*” використано стилістичний прийом графону – прописний шрифт на першій обкладинці книги та шрифт із нахилом на другій, що викликає відчуття напруженості. Комізм реми можливо повністю розкрити за умови зіставлення обкладинки з текстом. Поєднання назви книги та малюнка є інконгруентним – «сувора» назва зіставляється з комічним малюнком. У ремі на першій обкладинці книги Дейв Баррі виглядає стурбовано через те, що йому виповнилось 40 років, тому він ніби «молодиться», перевіряючи стан шкіри обличчя. Комізм криється в легкій іронії – два діди, значно старші за Дейва Баррі, безтурботно милуються краєвидом і зовсім не хвилюються через свій «солідний» вік, на відміну від Дейва Баррі. У другій ремі реалізовано прийом парадоксу – молодий Дейв Баррі навмисно прикидається старим дідом поряд із чоловіками похилого віку, один з

яких у шортах йде на корт, а інший – їде на мопеді. Тобто діди спортивніші за Дейва Баррі.

Запропонований тема-рематичний механізм комічного на креолізованих обкладинках книг полягає в тонкій інтелектуальній грі Дейва Баррі та адресата, який для виявлення елементів гумору в темі та ремі вдається до когнітивних операцій й апелює до власних знань та досвіду.

3.3. Вербальні та невербальні засоби комічного в художніх текстах Дейва Баррі з точки зору роботи тема-рематичного механізму

Тема-рематичний механізм комічного в художніх текстах Дейва Баррі полягає у виокремленні теми та реми шляхом виділення їх зв'язків – контактного або дистантного, які відображено на схемі 3.6.:



Схема. 3.6. Типологія тема-рематичного зв'язку в комічних художніх текстах Дейва Баррі

Нами встановлено, що контактний зв'язок є притаманним художнім текстам Дейва Баррі, в яких тема та рема розташовані послідовно в межах одного абзацу або абзаців. Тема виражена вербально, а рема – вербально та невербально. Дистантний тип зв'язку полягає в тому, що невербально зображена рема розташована по відношенню до вербальної теми непослідовно, тобто довільно представлена в межах тексту. Рема або дублює вербальну інформацію теми, або підсумовує її.

3.3.1. Контактний тип тема-рематичного зв'язку. Контактний тип зв'язку, де тема та рема виражені вербально в комічних художніх текстах Дейва Баррі, представлений:

1. Простою лінійною послідовністю:

(99) **T:** *If you have school-age children, by far the most important factor in selecting a neighborhood is, of course, the proximity of the nearest Toys Backwards “R” Us store. You will be spending a great deal of your time and disposable income there, because from kindergarten through about sixth grade,*

R: *the average child attends approximately 36,500 birthday parties* [11, с. 5].

У поданому прикладі одній темі відповідає одна рема:

T —————> R

Напруженість теми пов'язана з порушенням логіко-поняттєвих норм, адже при обранні помешкання сусідство з магазином дитячих іграшок не є пріоритетним. Зазвичай люди звертають увагу на близьке розташування дитячого садка, школи, лікарні, супермаркету тощо. Емоційна розрядка в ремі досягається за рахунок стилістичного прийому гіперболи – кількість відвіданих днів народжень значно перебільшена, адже, якщо відвідати так багато святкувань, не залишиться часу на навчання. Дейв Баррі в такий спосіб критикує недоліки освітнього процесу в США – протягом шести років від молодших до середніх класів учні нічому не навчаються, лише розважаються – гірка іронія.

2. Складною послідовністю з константною темою:

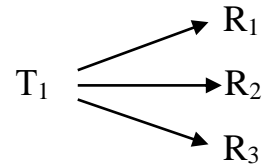
(100) **T₁:** *The major styles of houses in the United States are:*

R₁: *OLDER HOUSES with many quaint and charming architectural features such as that during certain phases of the moon the toilets flush up.*

R₂: *NEWER HOUSES built by large developers using modern cost-cutting efficiency measures such as hiring semiskilled derelict felon gypsy work-persons who are prone to forgetting to install key architectural elements such as windows and those large pieces of wood, “rafters” I believe they are called, that hold up the roof.*

R₃: *REALLY NICE WELL-BUILT, WELL-LOCATED, AFFORDABLE HOUSES that are not for sale* [11, с. 4-5].

У цьому прикладі одній спільній темі підпорядковується три реми:



Тема націлює на розгляд або аналіз основних архітектурних стилів у США. У ремі створюється ефект ошуканого очікування за рахунок уживання неологізмів – Дейв Баррі перелічує вигадані типи будівель, пор.: *Craftsman style, Country style, Traditional style, European style, Ranch style, Farmhouse style, Cottage style, Modern style, Southern style and Mediterranean style*. Отже, автор класифікує будинки не за загальноприйнятими стилями, а, навпаки, висловлює суб'єктивну точку зору. Також у ремах порушуються логіко-поняттєві норми через те, що в характеристиці до типів будинків Дейв Баррі вдається до алогізму. У третій ремі автор використовує сарказм – придатного для проживання житла в США немає, адже придбати можливо лише будинок з недоліками.

3. Складною послідовністю з «накладанням значення»:

(101) **T₁**: *A contractor*

R₁(T₂): *is a man with a pickup truck and a set of business cards that say something like:*

ED BROGAN Inc.

General Contractor

All Types of Construction and Repair

30 Years Experience – Quality Work

Fully Bonded and Insured

Free Estimates – Reasonable Rates

“We Never Show up”

No, I am of course kidding about that last line.

R₂(T₃): *They won't tell you that they never show up; this is a secret that they are sworn to uphold during the graduation ceremony at the Contractor Academy, where each man receives his Official Contractor's battered toolbox, which contains, not tools,*

but thousands and thousands of traditional handcrafted contractor excuses for not showing up such as:

R₃: *“I strained my back.”*

“My truck has a flat tire.”

“My wife is having a baby.”

“My uncle died.”

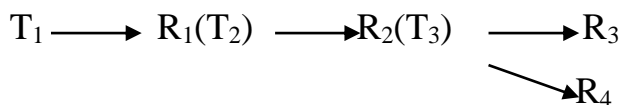
“My wife strained her back.”

“My uncle has a flat tire.”

“My truck is having a baby.”

R₄: *<...> The Romans kept trying to get the contractors to come back and finish them [the ruins], but the contractors kept coming up with excuses... [11, с. 82-83].*

Складна тема-рематична організація цього прикладу здійснюється за принципом «співпадання» значень теми та реми, де наступна тема ніби «дублює» значення попередньої реми:



У наведеному прикладі «нанизування» тем і рем одна на одну створює ефект напруженості. Сміхова реакція адресата в ремі – це відповідь на обрані Дейвом Баррі стилістичні прийоми комічного. У ремах комічний ефект виникає за рахунок того, що автор використовує прийом алогізму. У першій ремі, щоб привернути увагу до несумлінного ставлення підрядників до власних обов’язків, Дейв Баррі до переліку візитних карток, які свідчать про успішність та надійність підрядника, додає так званий девіз: *“We Never Show up”*. Виходить, що підрядники, по суті, це люди, які «годують» марними обіцянками та не виконують свої посадові обов’язки.

У другій ремі Дейв Баррі застосовує прийом сарказму – підрядників навчають не тому, як користуватись інструментами на роботі, а, навпаки, майстерно підбирати відмовки. Дві останні відмовки у третій ремі: «У мого дядька спустило колесо» та «Моя вантажівка народжує», врешті-решт, зводяться до абсурдності, акцентуючи увагу на такій якості підрядників, як виверткість. До

того ж, фраза “*My uncle has a flat tire*” також має й денотативне значення «Мій дядько – пересічна людина», що аж ніяк не є смішним. Отже, в цих останніх фразах комізм досягається використанням у ремі конотативного значення словосполучення *a flat tire* та стилістичного прийому персоніфікації – наділення вантажівки людськими якостями. Четверта рема містить гіперболу – підрядники настільки ліниві, що досі не відбудували руїни Риму.

Розглянемо приклади контактного зв'язку (102) та (103), в яких тема представлена текстом, а рема – рисунком:

(102) **T:** *The exception, of course, is termites, which are small socialist insects that eat houses. (We don't know what they ate before houses were invented. We think maybe garages)* [11, с. 26].



(R)

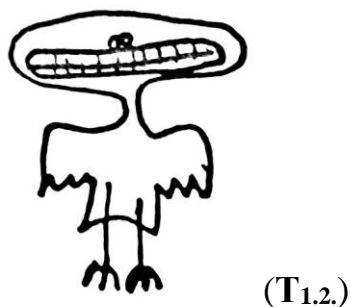
Напруженість теми полягає у вживанні Дейвом Баррі алогізму, представленого прикметниками *small* та *big* – маленька комаха може з'їсти великий дім. Комічний ефект у ремі виникає як результат порушення логіко-поняттєвих норм – гіперболічне зображення терміта, який доїдає рештки будинку.

(103) **T₁:** *FAILING TO LEARN JAPANESE IN ONLY FIVE MINUTES <...>*

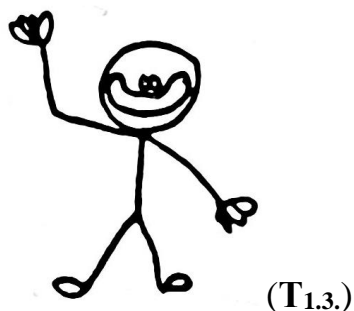
The hard part is that the major Japanese writing system consists of – why not? – Chinese characters, which represent words, not sounds. So for each word, you need a different character, which means to be even moderately literate you have to memorize thousands and thousands of characters. This wouldn't be so bad if characters looked like what they're supposed to represent. For example, if the character for “dog” looked like this:



And “bird” looked like this:



And “politician” looked like this:



Then you could form a simple sentence like this:



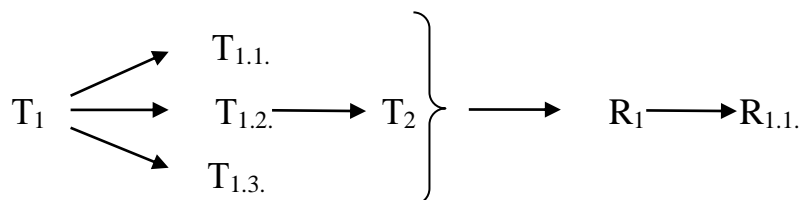
R₁: *And even a child would easily understand the meaning. But the Japanese/Chinese characters don’t look anything like the concepts they’re supposed to represent. They look approximately like this:*



(R1.1.)

And every one of those marks is important. If you put one teensy little line in there wrong, you could change the entire meaning of the character, from something like “man holding broom” to “sex with ostriches” [3, с. 20-23].

Розгалуженість рем у прикладі є невербальним вираженням стилістичного прийому градації для надання оцінки писемності в Японії.



Уживання в першій темі прийому гіперболи (*in only five minutes*) створює відчуття напруженості – в адресата виникає питання: Чому ж японську мову так складно вивчити? У темах $T_{1.1.}$, $T_{1.2.}$, $T_{1.3.}$ та T_2 Дейв Баррі використовує іронію та надає власні приклади так званих ієрогліфів, які дійсно відображають значення слів і утворюють просте речення. Тим самим автор висміює особливості написання слів в японській мові та фантазує над тим, як вони могли б виглядати для кращого запам'ятовування. У ремі Дейв Баррі застосовує прийом гіперболи для зображення японського ієрогліфа, який зовсім не відповідає правилам написання, і надає його okazionalne тлумачення. У такий спосіб автор доводить, що запропонована ним система запису є більш зрозумілою та простішою.

Отже, контактний тип тема-рематичного зв'язку в комічних художніх текстах Дейва Баррі визначається послідовним розташуванням вербально представленої інформації або вербальної по відношенню до невербальної.

3.3.2. Дистантний тип тема-рематичного зв'язку. Дистантний тип зв'язку між темою та ремою в комічних художніх текстах Дейва Баррі характеризується непослідовним розташуванням іконічної реми по відношенню до вербальної теми.

Виділено типи дистантних тема-рематичних відносин у комічних художніх текстах Дейва Баррі, коли рисунок дублює вербально виражену інформацію:

1. Дублювання вербальних тема-рематичних відносин невербальними (малюнками):

(104) **T:** *The desire to own a home of one's own has been a part of human nature ever since that fateful moment, millions of years ago, when our earliest ancestors climbed down out of their trees and moved into their very first caves.*

R: *It was a major moment in history, and its glory was dimmed only slightly by the fact that their furniture did not arrive for another 250,000 years* [11, с. vii-viii].

[...]

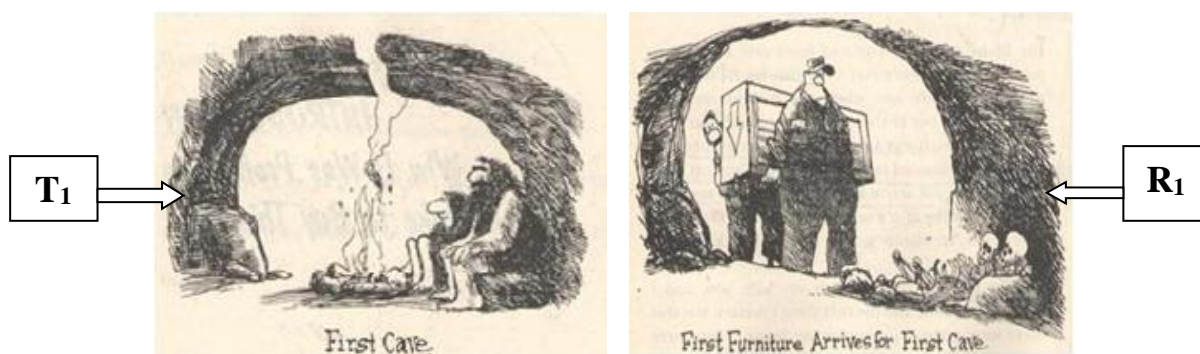
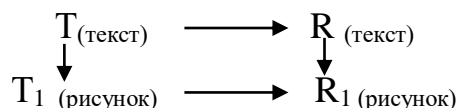


Рис. 3.6. Невербальне дублювання теми та реми

У наведеному прикладі вербальній темі відповідає вербальна рема, значення яких дублюється невербальними темою та ремою. Відповідно, вербальний та невербальний компоненти тема-рематичного механізму є взаємозалежними:



Тема, що представлена вербально, повідомляє основну ідею дарвінівської теорії – еволюція людської раси. Проте в цій теорії зовсім не йдеться про бажання людей мати оселю, навпаки, основним фактором є природний відбір. Несумісність смислових відносин викликає відчуття напруженості, яке підсилюється темою-

малюнком – незрозуміло, чого або кого чекають люди в печері. У ремі Дейв Баррі використовує гіперболу на позначення такої людської риси характеру, як лінь. Замість того, щоб продовжувати розвиватись, деякі представники людської раси припинили своє існування. В основу невербального представлення реми закладено прийом порівняння, виражений малюнком-опозицією «було-стало».

2. Дублювання вербальної реми малюнком:

(105) **T:** *One important warning before you get started: You want to be on the alert for the Helpful Seller.*

R₁: *This is the kind of seller who, the instant you enter his home, leaps out and attaches himself to you, like an intestinal parasite, only worse, because intestinal parasites, for all their flaws, do not feel a great need to point out every single one of their home's numerous features, whereas the Helpful Seller does* [11, с. 16-17].

[...]

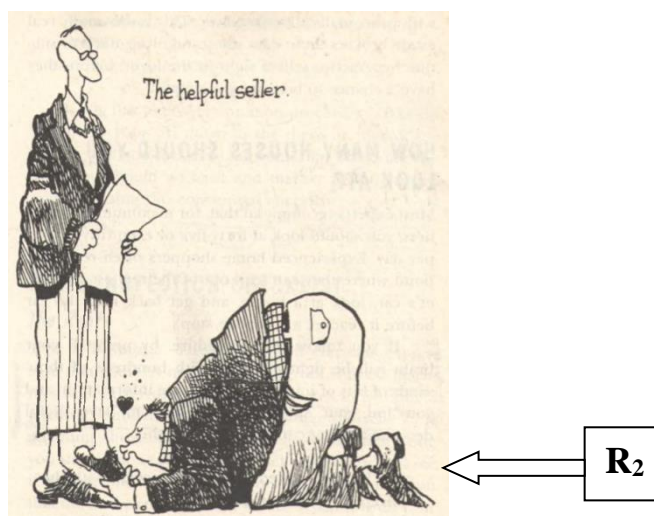


Рис. 3.7. Невербальне дублювання реми

Вербальна тема відсилає до вербальної реми, яка дублюється малюнком:

$T_{\text{(текст)}} \longrightarrow R_1_{\text{(текст)}} \longleftarrow R_2_{\text{(рисунок)}}$

Напруженість у темі створюється іменником *warning* та прислівником *helpful* – адресат задається питанням: Чому варто остерігатись продавця будинку, якщо він щиро пропонує свою допомогу? Сміхова реакція створюється в ремі хибною дефініцією та прийомом порівняння – зрозуміло, що продавець нещирий у своїх намірах, що викликано ефектом ошуканого очікування в ремі. Адже услід

за *Oxford Learner's Dictionary* прикметник *helpful* означає “willing to help somebody; able to improve a particular situation” [375].

У комічних художніх текстах Дейва Баррі також виділено приклади, в яких вербальній ремі відповідають дві невербальні:

(106) T: <...> *the most important factor [in selecting a broker] is an intangible quality called “professionalism”,*

R₁: *by which I mean “car size.” You want to select the broker with the largest possible car, because you’re going to spend far more time in this car than in whatever home you ultimately buy* [11, с. 12-13]

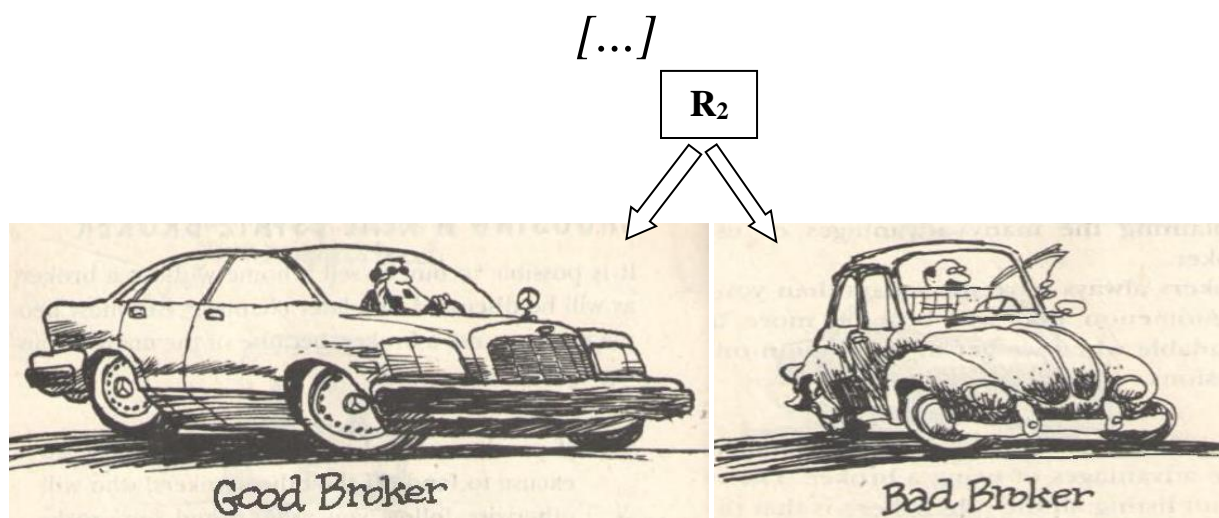


Рис. 3.8. Невербальне дублювання реми

У цьому прикладі вербальній темі належать дві реми: вербальна та невербальна, яка представлена двома малюнками-опозиціями.

T_(текст) —→ R_{1 (текст)} ←— R_{2 (рисунок)}

Тема стосується найголовнішої якості агента з нерухомості – професіоналізму. Уживання іменника *professionalism* в лапках викликає відчуття напруженості в адресата, який задається питанням: що Дейв Баррі насправді має на увазі під професіоналізмом? Комізм у ремі досягається іронією – предметно-логічного та контекстуального значення іменника *professionalism*. У невербальній ремі створюється ефект ошуканого очікування за рахунок стилістичного прийому порівняння – антонімічне протиставлення двох малюнків за принципом *good-bad*. Отже, поганий брокер насправді є гарним.

Порівняймо також:

(107) T: *Note What The Residents Do With Cars That No Longer Function*

R₁: – *Good Neighborhood: They get rid of them.*

– *Bad Neighborhood: They keep them all forever, arranged tastefully on their lawns, as if expecting the Car Fairy to come one night and whisk all the cars away and leave everybody a nice shiny quarter [11, с. 7-8].*

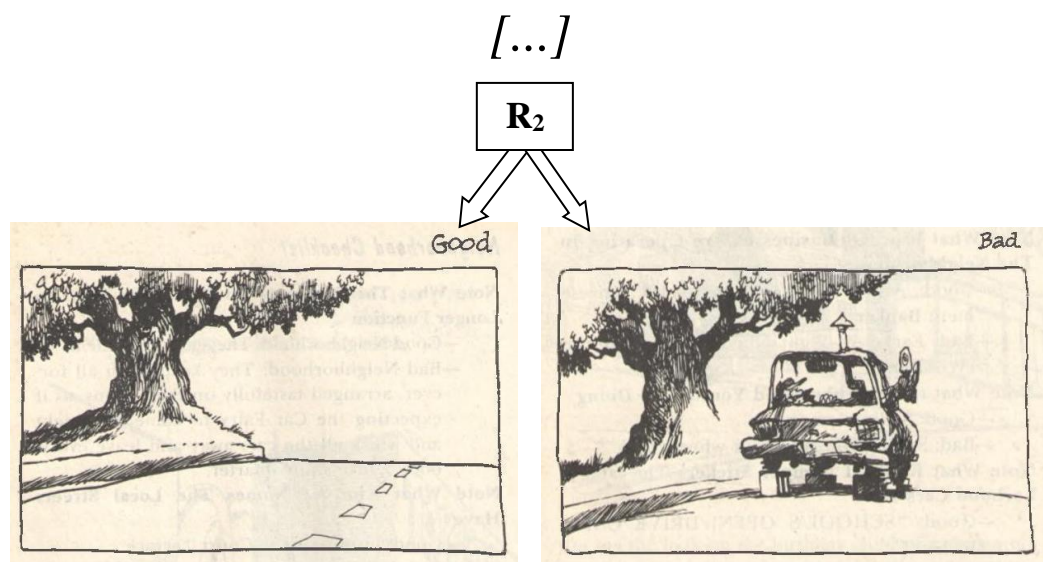


Рис. 3.9. Невербальне дублювання рем

У прикладі вербальній темі відповідає вербальна рема, яка дублюється малюнками:

T (текст) \longrightarrow R₁ (текст) \longleftarrow R₂ (рисунок)

Використання в темі дієслова *to note* та жирного шрифту викликає в адресата відчуття напруженості від очікування на важливу інформацію – порада тим, хто має старі машини. Емоційна комічна розрядка в ремі викликана стилістичним прийомом сарказму. Дейв Баррі насміхається з недобросовісних сусідів, уживаючи опозицію лексем *tastefully* – *tastelessly* та прецедентне ім'я, утворене від імені персонажа – *Fairy*, що є алюзією на казку. Таким чином, Дейв Баррі критикує бездіяльність знахабнілих сусідів, які чекають, доки хтось зробить «брудну» роботу замість них.

У комічних художніх текстах Дейва Баррі виявлено приклади дистантного типу зв'язку між темою та ремою, в яких рисунок узагальнює представлену

автором вербальну інформацію в розділі книг і розташований у тексті довільно. Порівняймо:

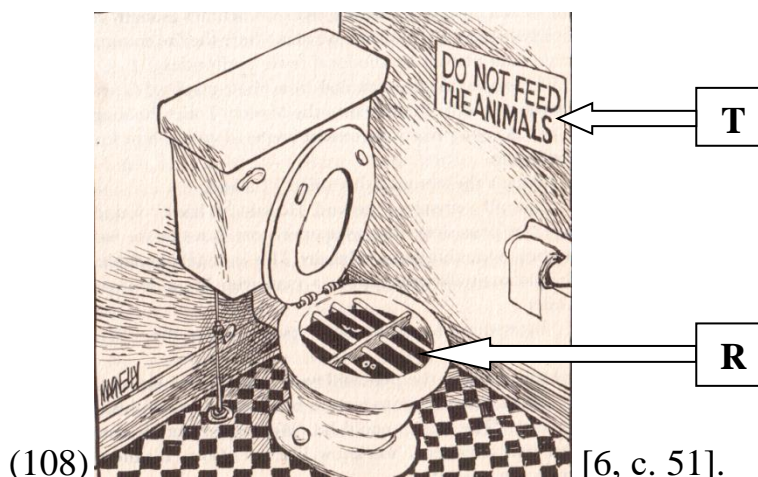


Рис. 3.10. Тема-рематичне представлення креолізованого тексту

Дейв Баррі жартує над проблемою американського населення – плазуни та звірі з лісу залазять до каналізаційної системи та завдають шкоди мешканцям будинків. Тема цього прикладу інформує читача, що мова піде про зоопарк – “*DO NOT FEED THE ANIMALS*”, адже така табличка є типовою для вольєрів з дикими звірами. Те, що цей напис з’являється у вбиральні, створює напруженість. Рема – сам малюнок приводить до комізму – решітка є алюзією на вольєр у зоопарку. Таким чином, у прикладі відбувається накладання двох несумісних тем: похід до зоопарку та «похід» до вбиральні.

T → R

Розглянемо приклад, у якому назва малюнку *Essential tools you will need for homeowner-type problems* – це тема, в якій Дейв Баррі дає пораду з вирішення типових для домовласника проблем. Напруженість пов’язана з прикметником *essential* – адресат очікує на інформацію стосовно базових інструментів, необхідних для вирішення хатніх справ. У ремі спостерігається порушення логіко-поняттєвих норм: іменники, які мають на увазі (*hammer, driver, drill etc*), представлені невербальним рядом послідовних змінних: *beer* → *glass* → *chair*, що є схожим на «алгоритм» дій, спрямованих на розслаблення і аж ніяк не на роботу. Дейв Баррі реалізує прийом іронії для висміювання такої риси характеру чоловіків, як лінощі.

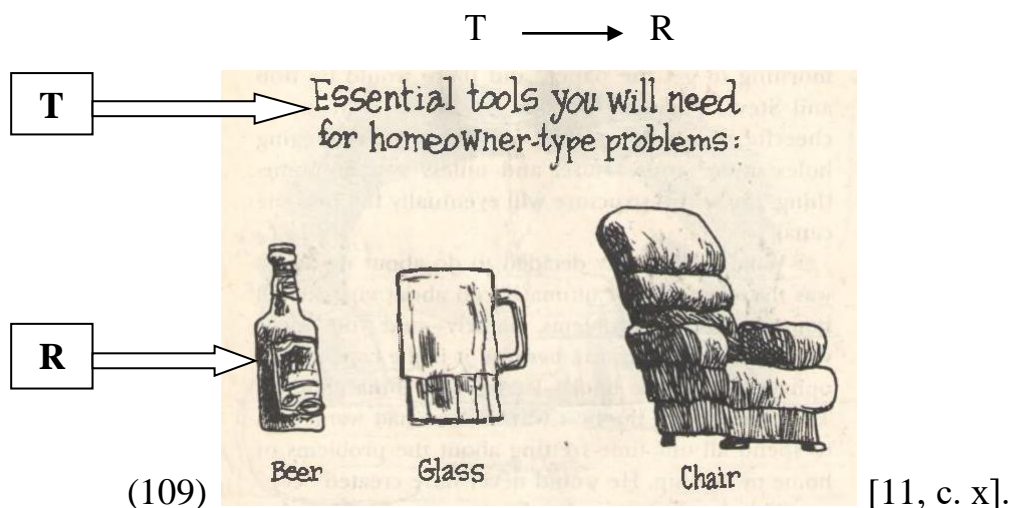


Рис. 3.11. Тема-рематичне зображення домашніх «інструментів»

Комізм також полягає в непрямому значенні іменника *tool*, адже цими «інструментами» (*beer, glass, chair*) можна хіба зняти втому та розслабитись, а не виконувати ремонтні роботи. Цим Дейв Баррі підкреслює свою власну стратегію «вирішення хатніх негараздів» – байдикувати і пити пиво, а все вирішиться якось саме.

Наступний малюнок представлено темою *The Science Fair* (T_1), якій відповідають дві реми: R_1 – *Ants and junk food*, R_2 – *Aunts and junk food*.

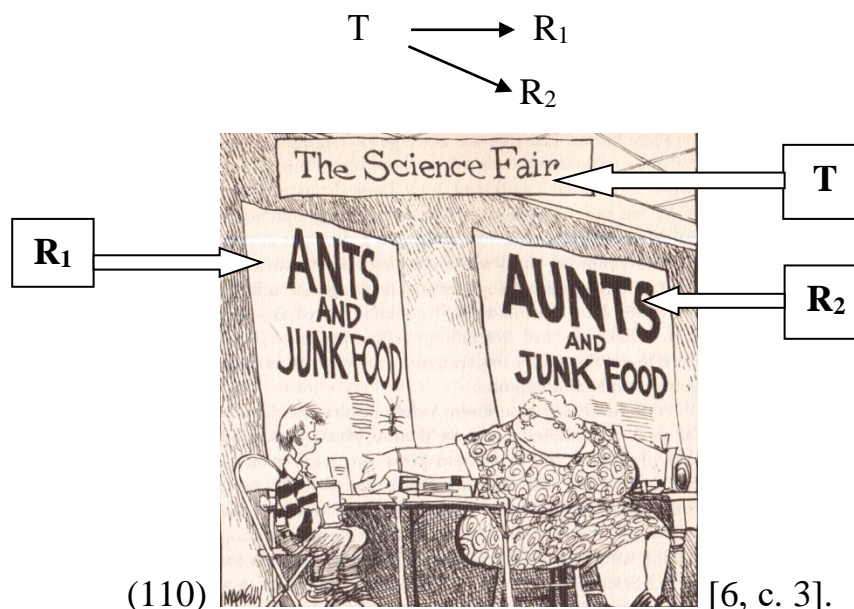


Рис. 3.12. Тема-рематична ілюстрація впливу нездорової їжі на організм

Тема (*The Science Fair*) вказує на те, що мова піде про науковий ярмарок, який включає стендові презентації науково-дослідних проєктів. Напруженість

пов'язана з цікавістю адресата побачити новітні наукові розробки. Дейв Баррі обіграє шкідливий вплив нездорової їжі, яка є популярною в США, на організм людини. Навіть мураха подихає від такого харчування. На противагу цьому, тітонька ніяк не може подолати бажання скуштувати фастфуд. У ремах на стенді використано прийом паронимазії – встановлення смислового зв'язку між співзвучними, але різними за значенням іменниками *ant* та *aunt*. Тітка виконує роль «наочного» матеріалу, який не цурається шкідливої їжі та збільшується до неймовірних розмірів. Отже, Дейв Баррі презентує оригінальну рекламу фастфудів.

Таким чином, дистантний тип тема-рематичного зв'язку в комічних художніх текстах Дейва Баррі характеризується непослідовним представленням інформації. Автор розташовує рему довільно в межах текстового простору. Рисунок або дублює тему, або узагальнює виражену в ній інформацію.

3.4. Вираження текстової розгерметизованості в комічних художніх текстах Дейва Баррі

Креативність Дейва Баррі полягає у зверненні до постмодерністських засобів, які часто представлені інтертекстуальними елементами: алюзіями, пародією, реаліями, стилізацією, цитацією, прецедентними феноменами.

Інтертекстуальність є способом створення нового концептуально-авторського тексту за допомогою складної взаємодії автора з іншими текстами [256, с. 12, пор.: 15; 16; 118; 330]. Залучення Дейвом Баррі інтертекстів перетворюється на своєрідну мовну гру, «яка проявляється в прямому і прихованому цитуванні, переробці тем і сюжетів, алюзії, пародіюванні, наслідуванні, трансформації мовних одиниць на різних рівнях. Це – свого роду експеримент, спрямований на пошуки нових форм і способів передачі авторського задуму [52, с. 162], втіленого у тексті і в повній мірі передбачає активного читача, чийм завданням є не тільки розпізнати, а й «розкодувати» інтертекст, тобто

представити своє тлумачення, адже інтертекст відсилає свого адресата до іншого тексту. Головним засобом у інтерпретації інтертексту є фонові знання адресата.

Комічні художні тексти в ідіодискурсі Дейва Баррі, завдяки наявним інтертекстуальним зв'язкам, одночасно функціонують і як «конденсатори культурної пам'яті», і як «генератори нових смислів», які породжуються в результаті переінакшення цитат, діалогу з літературною традицією та нових комбінацій з відомими раніше в історії культури елементами» [148, с. 62].

Інтертекстуальність у постмодерністському комічному ідіодискурсі Дейва Баррі відіграє важливу роль у діалозі автора з адресатом, з іншою культурою і може розглядатися як стратегія Дейва Баррі у створенні комічного ефекту. Розгерметизованість комічних художніх текстів у процесі діалогічної взаємодії робить їх відкритими для попередніх текстів.

У постмодерністському комічному ідіодискурсі Дейва Баррі художні тексти запозичують інші тексти у вигляді алюзій, пародіювань, реалії, цитат та стилізацій, тим самим розгортають у текстовій площині твору постмодерністську мовну гру.

3.4.1. Стилiзацiя та пародiювання. Комічні художні тексти Дейва Баррі, насамперед, відзначаються креативним експериментуванням автора зі стилем. У визначенні прийому *стилізації* поділяємо точку зору В. П. Москвіна, який надає два визначення стилізації – стисле: «стилізація – це відтворення особливостей чужого мовлення в образотворчих цілях» [170, с. 553-554] та розширене: «стилізація – це прийом художнього зображення певної епохи, місцевості, соціальної, вікової, професійної або національної групи людей шляхом відтворення (імітації) фонетичних, лексичних, граматичних та інших особливостей характерної для них мови» [там само, с. 606]. У постмодерністських комічних художніх текстах Дейва Баррі виділено приклади, що відображають обидва тлумачення. Дейв Баррі вдається до стилізації, яка ґрунтується на жанрових та фонетичних особливостях.

Установлено такі види наслідування жанрів:

1. Стилізація під байку:

(111) <...> *whale that had washed up on the beach, decided to – why not? – blow it up with half a tone of dynamite. The theory was that whale would converted from one large unit into many small Whale McNuggets, which would then be eaten by seagulls. <...> As seagulls capable of eating this chunk would have to be the size of the Lincoln Memorial. The moral here is, if another dead whale washes up on the beach in Oregon, the authorities should probably not turn the disposal job over to the State Highway Division. But if they do, I hope they sell tickets* [12, с. 165].

У «моралі» цього прикладу Дейв Баррі вживає іронію для висміювання бездіяльності влади у вирішенні екологічної проблеми – прибрати з пляжу кита, якого винесло на берег. Комізм також створюється алюзією на відому страву у *McDonald's* – *Chicken McNuggets* (шматки курки, обсмажені у фритюрі) і порівнянням розміру чайки з розміром меморіалу Лінкольна, який важить 175 тон. Отже, якщо чайка з'їсть шматок страви (*Whale McNuggets*), її вага збільшиться від страви з фастфуду і вона стане розміром з цей монумент (стилістичний прийом гіперболи).

2. Стилізація під міф:

(112) *According to the ancient myth, Athens was created when Poseidon, the God of Adventure, stuck the ground with his trident, which upset Ramona, the Goddess of Humidity and Ranch Dressing, who told Dagmar, the God of Variable-Rate Mortgages, who got so mad that he punched Raoul, the God of Those Little Colored Things You Sprinkle on Cupcakes, and as a result Athens was formed* [12, с. 146].

Дейв Баррі використовує алюзію на грецьких богів, додаючи до їх переліку okazionalnі імена. Комізм досягається шляхом описання виконуваних ними функцій. Наприклад, Посейдон – насправді бог морів, а не пригод. Автор також прираховує до числа грецьких богів неіснуючих: Рамона – богиня вологості та заправки для салатів; Дагмар – бог застави зі змінною процентною ставкою; Рауль – бог тих маленьких дрібничок, якими ми посипаємо кекси (стилістичний прийом перифрази). Можна припустити, що функції грецьких богів у цьому контексті в порівнянні з міфологією, здаються парадоксально незначущими і комічними.

3. Стилізація під підручник з історії:

(113) <...> *this book does not waste the reader's valuable brain cells with such trivial detail as when various events actually occurred. Oh, sure, it contains many exact dates – it is, after all, a history book – but you will notice that we have tried to make these dates as easy as possible to remember by making them all starting with “October 8”, as in “October 8, 1729”, or “October 8, 1953”. We chose this particular date after carefully weighing a number of important historical criteria, such as (a) it is our son's birthday [7, с. x].*

У вступі книги “*Dave Barry Slept Here: A Sort of History of the United States*” автор уживає іронію для висміювання факту перенавантаження підручників з історії великою кількістю історичних дат, зазначає, що його книга є унікальною, тому що він винайшов легкий метод їх запам'ятати. У цьому способі й криється комізм. Шляхом ретельних історичних досліджень Дейв Баррі обирає дату народження свого сина відправною точкою у створенні історичного посібника, що є абсурдним та порушує онтологічні норми.

4. Стилізація під підручник з граматики:

(114) *THE PARTS OF SPEECH*

The parts of speech are sometimes called the building blocks of grammar, because most of them are rectangular. The main parts of speech are:

Nouns

A noun is a person, place or thing. For example, consider this sentence:

*As far as actors, **Leonardo DiCaprio** is no Marlon Brando.*

In this example, “Leonardo DiCaprio” is a noun because he is a person whereas “Marlon Brando” is not because he died in 2004.

Exception: *Zombies, despite being technically dead, can be nouns when used grammatically in lymphatic phrases, such as:*

*Help! **Zombie** is eating my spleen! [16, с. 109-110].*

У книзі “*You Can Date Boys When You're Forty: Dave Barry on Parenting and Other Topics He Knows Very Little About*” Дейв Баррі висловлює свою оцінку на адресу складності англійської граматики, в якій, на думку автора,

набагато більше винятків з правил, ніж самих правил. У такий спосіб він пропонує власне бачення правил англійської граматики. Автор наслідує стиль представлення теоретичного матеріалу – назви розділів (*The Parts Of Speech*) та підрозділів (*Noun*), наводить приклади та винятки з правил. Дейв Баррі використовує декілька прийомів створення комічного ефекту. У визначенні частин мови автор порушує логіко-поняттєві норми (*because most of them are rectangular*), адже обирає невірне тлумачення іменника *building block* – “*a piece of wood or plastic used by children to build things with*” [373] замість “*the basic things that are put together to make something exist*” [там само].

Спрощене визначення іменника (пор.: *noun is a word or group of words that represent a person (such as ‘Michael’, ‘teacher’, or ‘police officer’), a place (such as ‘France’ or ‘school’), a thing or activity (such as ‘coffee’ or ‘football’), or a quality or idea (such as ‘danger’ or ‘happiness’)* [374]) є причиною неправильного тлумачення прикладу, адже іменник не може бути людиною, іменник – це слово на позначення людини, місця, речі – прийом алогізму. Помилкове розуміння сутності правила приводить до абсурду – ім’я та прізвище померлої людини не можуть виконувати функцію іменника в реченні. Уточнення автора є порушенням валоративних норм – зомбі, за окремих обставин, можуть виступати в ролі іменника в реченні.

5. Стилізація під наукову статтю:

(115) *If you want to develop a sense of humor of your own, you need to learn some jokes. Notice I do not say “puns.” Puns are little “plays on words” that a certain breed of person loves to spring on you and then look at you in a certain self-satisfied way to indicate that he thinks that you must think that he is by far the cleverest person on Earth <...> So what you want is real jokes. The best source for these is the authoritative Encyclopedia Britannica article entitled “Humor and Wit” which is in the volume 99 (Humidity – Ivory Coast) [10, с. 2-3].*

Дейв Баррі дає пораду з розвитку почуття гумору, вказуючи на причинно-наслідкові зв’язки між справжнім гумором та грою слів, надає ненаукове визначення терміну “*pun*”, про що свідчить перенасичення дефініції лексичними

повторами сполучника *that* та уживання псевдонаукових термінів: *breed of person, to indicate* (пор.: “*a humorous use of a word or phrase that has several meanings or that sounds like another word*” [373]).

В якості елементу наукового стилю автор посилається на статтю з енциклопедії (*Encyclopedia Britannica*), однак зазначає недостовірний номер тому (99 замість 32) та його назву (зазначена стаття “*Humor and Wit*” розміщена у 20 томі). Таким чином, Дейв Баррі висміює достовірність інформації, представленої в енциклопедії.

6. Стилiзацiя пiд математичну формулу:

(116) *In deciding which house to buy, the first thing you have to do is determine your Price Range, using this simple formula:*

1. Take your total annual family income, including coins that have fallen behind the bureau and any projected future revenue ... 2. Count up the number of children you have ... 3. Now take these figures (No! I'm not going to tell you again which ones! Pay attention!) and multiply them by six; which will tell you, in thousands of yards, roughly how far away the lightning bolt was. No! Wait! Sorry! Wrong formula! You want to take these figures and multiply them by something other than six. This should give you a very strong idea of what your Price Range is, although we shall soon see that it doesn't matter because there are no homes in it anyway [11, с. 3-4].

Стилiзацiя полягає в уживаннi тематично маркованої лексики: *formula, multiply, figures*. Комiзм пов'язаний з порушенням логiко-поняттєвих норм – формула виявляється нiсенiтною: множник обрано навмання (*multiply them by six*), а добуток є абсурдним, адже неможливо вирахувати мiсце, в яке влучає блискавка (*roughly how far away the lightning bolt was*). Тим паче, Дейв Баррі сам визнає її недиєвою. Так само, як деякi природнi явища не пiдлягають математичним пiдрахункам, автору не вдалось обчислити дiапазон цiн на будинки.

Значний iнтерес представляють прояви стилiзацiї, яка вiдображає рiзнi соцiально-мовленнєвi стилi i використовується Дейвом Баррі в комiчних художнiх текстах для вiдтворення мовних особливостей людей, якi належать до рiзних народiв, культур, соцiальних прошаркiв суспiльства.

У книзі “*Dave Barry Does Japan*” автор у комічному ключі описує труднощі у звиканні до східної культури. Дейв Баррі цим прикладом доводить, що японську мову неможливо вивчити за годину. Вживання парадоксу (*nearly an hour to study the Japanese language*) викликає іронічну реакцію адресата – неможливо вивчити мову за такий короткий проміжок часу. Стилїзація під вимову японського відповідника англійської фрази “*Thank you*” відтворена Дейвом Баррі через фонетичну гру. Комізм полягає в тому, що найлегша фраза “*Thank you*”, сказана Дейвом Баррі японською мовою з різними фонетичними відхиленнями від усталених норм, викликає сміх навіть у стюардес:

(117) <...> *before I fell asleep I was able to devote nearly an hour to study the Japanese language. My ultimate goal was to learn how to say “I do not speak Japanese” in fluent Japanese, but I decided to start with “Thank you”. According to Japanese at Glance, the way you say this is:*

DOH-moh ah-REE-gah-toh

For some reason – again, it could have been the wine – I found this almost impossible to remember. I tried practicing on the cabin attendants, who continued to come around every few minutes with complementary items.

“DI-moh ah-bli-GA-toh,” I would say.

Or: “DE-mi AL-le-GRET-oh”.

Or : “DA-moh o-RE-ga-noh”.

All of these seemed to work pretty well, but I think the cabin attendants were just being polite [3, с. 28-29].

Окремим проявом інтертекстуальності є **пародіювання**, під яким розуміється прийом трансформації сюжету твору зі збереженням його стилю. У широкому сенсі пародіюванням можна назвати ігрове спотворення сенсу вихідного твору. Комічний ефект при актуалізації елементів пародіювання досягається за рахунок буквального відтворення уривку цитованого тексту в новому контексті, де відбувається деформація його смислу [270, с. 200]. У комічних художніх текстах Дейва Баррі зустрічаємо:

1. Пародію на легенду:

(118) *Then there arose among them a young man who many said would someday become the king of all of England because his name was King Arthur. According to the legend, one day he was walking along with some onlookers, when he came to a sword that was stuck in a stone. He grasped the sword by the handle and gave a mighty heave, and to the amazement of the onlookers, he suddenly saw his shadow, and correctly predicted that there would be six more weeks of winter [7, с. 6].*

Комізм створюється прийомом алогізму, який полягає в несумісності двох контекстів: Дейв Баррі вживає дві прецедентні ситуації – легенда про короля Артура (*a young man, the king of all of England, King Arthur*) та щорічне національне свято мешканців США та Канади – День бабака (*correctly predicted that there would be six more weeks of winter*). Адже легенда гласить – “*Whoever pulls out this sword from this stone is the true king of England!*”[377].

2. Пародію на історичний факт:

(119) *During this same period another group of early Americans, the Mayans, were constructing a culture down in Mexico featuring a calendar so advanced that it can still, to this very day, tell you where various celestial bodies such as Venus and the Moon will be at any given moment. They will be out in space, states the miraculous Mayan calendar [7, с. 5].*

Комізм виникає за рахунок того, що Дейв Баррі додає до опису календаря Майя ненауковий перифраз, який містить надмірну інформацію.

3. Пародію на офіційний документ:

(120) *The first ten amendments to the Constitution are known as “The Bill of Rights”, because that is what everybody calls them. These amendments spell out the basic rights that all of us enjoy as Americans: <...>*

- *The Second Amendment states that, since a well-regulated militia is necessary to the security of a free state, you can buy high-powered guns via mail order and go out into the woods with your friends and absolutely vaporize some deer [7, с. 50].*

В основу пародії покладено стилістичний прийом абсурду. Міліція стає непотрібною, адже будь-хто може вільно придбати зброю через Інтернет та захищати себе самотійно.

Таким чином, при пародіюванні «на перший план виступає контраст, різниця між обраними засобами й змістом заради зниження, висміювання об'єкта або дружньої усмішки. Якщо той, хто стилізує, своєю творчістю стверджує об'єкт, намагається його продовжити й виставити в хорошому світлі, то пародист ставить за мету змінити погляди на об'єкт, показати його слабкі місця й таким чином знизити в очах читача або ж просто по-дружньому посміятися» [43]. Використовуючи у комічних художніх текстах стилізацію та пародію, Дейв Баррі орієнтується на інтелектуального адресата, який миттєво сприймає комічну інтенцію автора.

3.4.2. Алюзія, цитата, реалія. Особливістю комічних художніх текстів Дейва Баррі є часте вживання автором *алюзій*, які «можуть служити відсиланням читача до історії, міфології, громадської думки або громадських звичаїв» [202, с. 91]. Н. О. Фатєєва визначає алюзію як запозичення певних елементів попереднього тексту. За цими запозиченнями її можна упізнати в тексті-реципієнті, в якому здійснюється їх предикація. Таке запозичення відбувається вибірково, а ціле висловлювання або частина тексту-донора, що співвідносні з новим текстом, присутні в останньому ніби «за текстом» – тільки імпліцитно [257, с. 128-129]. У комічних художніх текстах Дейва Баррі виділено такі алюзії:

а) Літературна:

(121) *So anyway, early in the book Anastasia meets the main male character, Christian Grey. He is average-looking. Hah! I am of course joking. He is the handsomest man in the history of men. <...> Plus he has the ability to read minds and move so fast you can't even see him.*

No, sorry, that's Edward from Twilight [16, с. 61].

Характеризуючи одного з головних героїв роману “*Fifty Shades of Grey*” Крістіана Грея (*Christian Grey*), Дейв Баррі вживає алюзію на інший роман –

“*Twilight*”. Комізм створюється в результаті актуалізації стилістичних прийомів – протиставлення та гіперболи. Перший полягає в контрастному представленні прикметників *average-looking* і *the handsomest*. Автор також протиставляє дієслова *to meet* та *to move*, тобто Анастейша зустрічає ідеального чоловіка, а він тікає від неї. Перебільшення криється у фразі *the handsomest man in the history of men*, що значно ідеалізує Крістіана Грея.

б) Біблійна:

(122) *I'm not Jewish. Michelle and Sophie are, but I'm not religious at all. The most spiritual thing I do is sometimes, in times of crises, quietly ask for a Higher Power, if one exists, to intervene in certain crucial field goals* [16, с. 142].

Для створення комічного ефекту Дейв Баррі застосовує прийом протиставлення в реченнях: *I'm not religious at all* та *quietly ask for a Higher Power to intervene in certain crucial field goals*. Отже, письменник вірує: лише за гострої необхідності – перемога в баскетбольному матчі. Уточнююча фраза *if one exists* приводить до порушення логіко-поняттєвих норм – автор вірує у Бога лише за потреби. Тож, не визнаючи себе євреєм, Дейв Баррі є хитрим, як єврей.

в) Міфологічна:

(123) *These Indians built numerous ruins that can still be seen today, as well as a number of major pyramids, which were made by lifting enormous stones and which served as monuments to Xinzthiznclxn, the God of Hernias* [12, с. 111].

Комізм ґрунтується на парадоксі, який актуалізується двома паралелями – *to build ruins* та *to build pyramids*, адже неможливо побудувати руїни. Другий парадокс пов'язаний з уживанням okazіонального ім'я Бога – *Xinzthiznclxn, the God of Hernias* – ім'я бога залежить від роду діяльності робітників – підіймаючи величезні камені, вони «заробили» грижу.

г) Історична:

(124) *All this conflict caused Europe to gradually disintegrate, so that today it contains many tiny nations, which names like “Lichtenburg”, that could not hold their own, militarily, against the UCLA Pep Squad* [12, с. 116].

У цьому прикладі алюзія є завуальованою в оказіоналізмі “*Lichtenburg*” – поєднання назв країн *Liechtenstein* та *Luxemburg*. Дейв Баррі використовує прийом протиставлення (*Lichtenburg – the UCLA Pep Squad*), тобто країни *Liechtenstein* і *Luxemburg* є настільки дрібними, що не витримують конкуренції з групою черлідерів університету Каліфорнії (*UCLA Pep Squad*).

д) Побутова:

(125) *Once again we find ourselves enmeshed in the Holiday Season, that very special time of year when we join with our loved ones in sharing centuries-old traditions such as trying to find a parking space at the mall* [10, с. 79].

Комізм викликано стилістичним прийомом порушення лексичної сумісності двох несумісних недоцільних фраз – *century-old tradition* та *to find a parking space at the mall*. Отже, такі вікові традиції, як обмін подарунками, сімейна вечеря тощо прирівнюється до паркування автомобіля на стоянці.

Наступний приклад – це алюзія на весільну церемонію. Дейв Баррі, розраховуючи на свого підготовленого адресата, який знає, що справжній девіз американського штату Айова – “*Our liberties we prize and our rights we will maintain*”, змінює його на “*You Bet*”. Автор навмисно замінює традиційну клятву молодят вигаданою, яка має завуальоване значення – чоловік і дружина мають право на зраду, тобто, незважаючи на шлюб, вільні стосунки є пріоритетними.

(126) *Iowa’s Official State Motto is “You Bet,” which is what everybody there automatically says in response to any question:*

PREACHER: Do you take this man to be your lawful wedded husband, even if he gets sick, or becomes poor, or brings home a dog that throws up a semidigested mole head in your lingerie drawer?

IOWA BRIDE: You bet [12, с. 77-78].

Приклад (127) зосереджено на висуванні елементів, які створюють комічний ефект:

а) лексичний повтор дієслова *to sneer* для вираження неприязного ставлення бразильців до американських футбольних уболівальників;

б) прикметник *yahoo* з негативною конотацією на адресу американців;

в) їдкий сарказм у паралельних фразах, які представляють дві контрастні точки зору: *“To you, ze sport is very important. We do not care so much about ze sport”* – навмисний акцент на тому, що американці не вміють грати у футбол.

г) порушення граматичних норм – уживання означеного артикля замість нульового (*ze sport*) в називній функції. Фонетична стилізація *ze* ґрунтується на іронічно-саркастичному підтексті комунікації, що демонструє обурення таксиста ентузіазмом американських уболівальників (*rah-rah patriotism of the foreign fans*).

(127) *<...> when Rob and I arrived, the locals we spoke to generally sneered at all the rah-rah patriotism of the foreign fans. The sneering began with the taxi driver who drove us from the airport, who, having determined that we Americans and therefore yahoos, said, “To you, ze sport is very important. We do not care so much about ze sport” [15, с. 73].*

За допомогою алюзії Дейв Баррі натякає адресату в комічному ключі на певну історичну подію, літературний твір або персонажа, побутовий факт, який останньому треба «розкодувати».

Комічні художні тексти Дейва Баррі запозичують інші тексти, зокрема у вигляді **цитат** – прямої або трансформованої. Розглянемо на прикладах:

(128) *But there’s a wise old saying that goes: “You can’t judge a book by its cover”. Like so many wise old sayings, this is stupid, because of course most of the time you can judge a book by its cover. The whole point of the cover is to tell you what the book is about. For example, if the cover says Cooking on a Budget you know the book contains inexpensive recipes* [16, с. 3].

Дейв Баррі на контрасті обіграє дві цитати: експліцитну *“You can’t judge a book by its cover”*, що підтверджується імпліцитною приказкою «Зустрічають по одягу, а проводжають по розуму». Назва книги *“Cooking on a Budget”*, яка не є цитатою, перегукується з імпліцитною цитатою «По своєму ліжку простягай ніжку». Таким чином, для створення комізму Дейв Баррі використовує мовну гру, в основу якої покладено антоніми *wise – stupid*.

На відміну від прямих цитат, трансформовані цитати є більш частотними в постмодерністських комічних художніх текстах Дейва Баррі. Видозмінення

прямой цитати відбувається за рахунок стилістичного прийому алюзії. Порівняймо:

(129) < ...> *it is important that we look back at the people and the events that got us where we are today, for, in the words of a very wise dead person, “A nation that does not know its history is doomed to do poorly on the Scholastic Aptitude Test”* [7, с. viii].

Орієнтуючись на свого освіченого адресата, Дейв Баррі вживає алюзію на відомого державного діяча Великої Британії – Вінстона Черчилля (*a very wise dead person*). Автор наводить одну з його цитат (*“Those who fail to learn from history are doomed to repeat it”*), однак применшує її значення до власної цитати: *“A nation that does not know its history is doomed to do poorly on the Scholastic Aptitude Test”*.

У наступному прикладі наведена комічна «цитата», яка відсилає адресата до загальновідомої фрази з «Гамлета, принца Датського» *“To be, or not to be: that is the question”* Вільяма Шекспіра. У розділі книги Дейв Баррі розмірковує над важливим для нього питанням – чи бути медійною особистістю, чи ні.

(130) *TV or Not TV* [10, с. viii].

Значний інтерес у дослідженні комічних художніх текстів Дейва Баррі викликають **реалії**, які «стають інтертекстуальними елементами, коли пояснюються іншокультурному реципієнту у вигляді коментарю» [212, с. 291]. До реалій належать «слова та словосполучення, які називають об'єкти, характерні для життя, побуту, культури, соціального та історичного розвитку одного народу і чужі для іншого» [228, с. 810].

У постмодерністських комічних художніх текстах Дейва Баррі було виявлено англomовні реалії на позначення таких типів:

1. Етнографічні:

- свята: *Thanksgiving Day, Independence Day*;
- одиниці вимірювання та грошові одиниці: *feet, volt, dollar, buck*;
- марки автомобілів: *Ford, Chevrolet, Plymouth*.

2. Суспільно-політичні:

- політичний устрій: *the U.S. Supreme Court, the Bill of Rights, the Constitution, Amendment, The Declaration of Independence*;
- засоби масової інформації: *The Washington Post, The Miami Herald, The Wall Street Journal, Playboy magazine, The New York Times*;
- навчальні заклади: *UCLA, Harvard Business School*;
- побутові заклади: *McDonald's, KFC, Burget King*;
- розважальні заклади: *Walt Disney World*;
- пам'ятки архітектури: *The Lincoln Memorial, the Empire State Building, the White House*;
- торгівельні компанії та корпорації: *Google, Coca-Cola, Tupperware, Philip Morris*.

3. Ономастичні реалії:

- географічні назви (топоніми): *Alabama, Alaska, Arisona, Arkansas, California, Colorado, Connecticut, Delaware, Florida, Georgia, Hawaii, Idaho, Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Kentucky, Louisiana, Maine, Maryland, Massachusetts, Michigan, Minnesota, Mississippi, Missouri, Montana, Nebraska, Nevada, New Hampshire, New Jersey, New Mexico, New York, North Carolina, North Dakota, Ohio, Oklahoma, Oregon, Pennsylvania, Rhode Island, South Carolina, Tennessee, Texas, Utah, Virginia, Washington, D. C., West Virginia, Wisconsin, Wyoming, Washington, The Mississippi, the Rocky Mountains, Lake Superior, Lake Michigan, Niagara Falls*.
- антропоніми: *Abraham Lincoln, George W. Bush, George Washington, Thomas Jefferson, The Founding Fathers, Mark Twain, Donald J. Trump, Henry Ford*.

Наведемо приклад етнографічної реалії:

(131) *Me, I am leading a more active life-style. Three or four times a day, I attempt to crawl to the bathroom. Unfortunately this is a distance of nearly 15 feet, with a great many air molecules en route, so at about the halfway point I usually decide to stop and get myself into the fetal position and hope for nuclear war [10, с. 38]*

Комізм полягає в протиставленні так званого активного «образу дій» Дейва Баррі (*active life-style*) пасивному (*to crawl, halfway* замість *15 feet* (тобто 2,29 метрів замість 4,57 метрів), *to stop, the fetal position*). Гумор доповнюється гіперболами *a great many air molecules en route* та *hope for nuclear war*. Таким чином, Дейв Баррі використовує самоіронію – замість активного способу життя надає перевагу пасивному (*Three or four times a day, I attempt to crawl to the bathroom*).

У наступному прикладі пояснення одиниці виміру напруги “volt” в коментарі перетворює фрагмент тексту на стилізацію під урок фізики:

(132) *The most important thing to find out about the electrical system is whether it contains enough “volts,” which are little tiny pieces of energy shaped like arrows so you can tell which direction they’re moving in science class diagrams.*

The standard measurement for volts is “amps,” also called “watts,” which travel around in what is called a “circuit.” A typical circuit works as follows:

At the electrical company, fuel oil is burned to set fire to a generator, which gives off electrical energy in the form of sparks, which are put into wires and sent to your home, where the electricity waits in the wall until you turn on your toaster, at which point it rushes through the wire and into the English muffin, and from there into your stomach, where it remains until a cool, dry day when you are walking down a hall scuffing your feet on a carpet and you go to open a door, causing the electricity to leap into the doorknob [11, с. 22].

Дейв Баррі вдається до стилізації під наукове визначення поняття “volt”. Для розуміння учнями процесу роботи електричної системи (*the electrical system*) автор наводить спрощене формулювання (*little tiny pieces of energy shaped like arrows so you can tell which direction they’re moving in science class diagrams*). Розширене тлумачення є ще більш примітивним і, таким чином, нівелює наукові терміни, що представлені лексемами, до побутового рівня – *toaster, English muffin, stomach, scuffing your feet on a carpet, doorknob*. Комізм криється в переносі наукового пояснення принципу розподілення струму на побутове, що є накладанням двох дискурсів: наукового та побутового.

Розглянемо приклад ономастичної реалії:

(133) *Geologically, the Hawaiian island was formed when volcanoes on the floor of the Pacific Ocean spewed out molten lava, which eventually cooled off and formed resort hotels complexes* [12, с. 73-74].

Гумор створюється алогізмом: будівництво курортних готельних комплексів не є об'єктом дослідження геології. Вживання іменників *volcanoes, the floor, molten lava* в одному асоціативному ряді з *resort hotels complexes* порушує логіко-поняттєві норми.

Виділені у постмодерністських комічних текстах Дейва Баррі алюзії, цитати і реалії розраховані на підготовленого адресата, який, користуючись власними фоновими знаннями, інтерпретує представлену інформацію та розкодовує її комічний зміст.

У постмодерністських комічних художніх текстах Дейва Баррі виокремлено приклади, в яких автор уживає **екзотизми** на позначення особливостей культури, побуту інших країн. До екзотизмів належать слова-реалії, які використовуються на позначення специфічних реалій іншомовної культури. Їм властиве яскраво виражене національне або локальне забарвлення. Екзотизми не мають точного еквіваленту в запозиченій мові [253, с. 8] Як зазначає Т. М. Головач, «екзотичну лексику визначає сукупність таких ознак, як: безеквівалентність, номінативний характер смислів, відносна морфологічна гомогенність, тенденція до локалізації на мовній периферії, нездатність до мовного варіювання, слабкі парадигматичні зв'язки, неповна асимільованість мовою-реципієнтом, яскраво виражений національно-культурний колорит» [56, с. 8].

Наведемо приклади (134) та (135), які характеризують японську культуру:

(134) *I will admit to a serious prejudice against the popular-music scene in Japan, because Japan is responsible for what is probably the most reprehensible technological development in the history of music – more reprehensible than the automatic disco-beat machine; even more reprehensible, if you can conceive of such a thing, than the amplified accordion. I am referring to karaoke.*

The term comes from two Japanese words, “kara”, meaning “amateurs”, and “oke”, meaning “getting up in bars and singing for your entertainment until you want to punch them” [3, с. 112-113].

Дейв Баррі представляє суб'єктивну дефініцію екзотизму “karaoke” – *amateurs getting up in bars and singing for your entertainment until you want to punch them* (пор: *an activity that people do for entertainment, in which someone sings a popular song while a karaoke machine plays the music to the song* [374]). Комізм полягає в сарказмі, що виражається прийменниками *you* і *your* у фразях: *for your entertainment* та *until you want to punch them*, хоча відвідувачі караоке приходять туди для власного задоволення, а не для того, щоб набридати іншим. Лексичне повторення іменника *reprehensible* у вищому та найвищому ступенях порівняння *more reprehensible* → *the most reprehensible* також висловлюють іронічно-саркастичне ставлення Дейва Баррі до караоке.

(135) *The Japanese are also formal about names, generally addressing each other with the honorary title “san”, as in “Osaka-san”, which is like saying “Mr. Osaka”. I understand that, even if two Japanese have worked together for many years, neither would dream of using the other’s first name. Whereas Americans are on a first-name basis immediately, and by the end of the first day have generally graduated to “Yo, Butthead!”* [3, с. 43].

Комізм виникає за рахунок стилістичного прийому антитези. Дейв Баррі протиставляє дві лінгвокультури: японську та американську. Шанобливе звернення японців “*Osaka-san*” порівнюється з фамільярним зверненням американців “*Yo, Butthead!*”. Дейв Баррі також удається до сарказму на позначення часово-просторових відносин: *for many years* для японців співвідноситься з *immediately, by the end of the first day* для американців. Спостерігаємо накладання двох дискурсів: офіційно-ділового та побутового.

У прикладі (132) Дейв Баррі надає визначення французького екзотизму “*escargot*”:

(136) *Probably a couple of French master chefs were standing around one day, and they found a snail, and one of them said: “I bet that if we called this something like*

‘escargot’, tourists would eat it’’. Then they had a hearty laugh, because “escargot” is the French word “fat crawling bag of phlegm” [12, с. 131].

Комічний ефект ґрунтується на мовній грі, що полягає в синонімії лексем *escargot* та *snail* (пор.: *escargot – a snail that you can eat (from the French word for snail); snail – a small creature with a soft, wet body and a round shell, that moves very slowly and often eats garden plants*). Дейв Баррі вживає іронію та надає суб’єктивне визначення іменнику «равлик» відповідно до його зовнішнього вигляду *“fat crawling bag of phlegm”*, яке не має нічого спільного зі словниковим.

Отже, Дейв Баррі представляє в художніх текстах екзотизми для обігрування лексем інших лінгвокультур. Комізм ґрунтується на абсурдних дефініціях автора, які не відповідають словниковим даним.

3.5. Прецедентні феномени у створенні комічного ефекту в художніх текстах Дейва Баррі

Прецедентні феномени, за визначенням Ю. М. Караулова, – це «готові інтелектуально-емоційні блоки, значимі для тієї чи іншої особистості в пізнавальному і емоційному відношенні, добре відомі в суспільстві та постійно використовуються у комунікації» [95, с. 216]. Прецедентний феномен як головний маркер інтертекстуальності включає в себе: прецедентні імена, ситуації, висловлення та текст. Услід за В. В. Красних, під прецедентними феноменами розуміємо: «1) добре відомі всім представникам національно-лінгво-культурного співтовариства («які мають надособистісний характер»), 2) актуальні в когнітивному (пізнавальному і емоційному) плані; 3) звернення (апеляція) до яких постійно поновлюється в промові представників того чи іншого національно-лінгво-культурного співтовариства» [117, с. 216].

Дейв Баррі використовує **прецедентні імена** поетів, письменників, політичних діячів, художників, відомих літературних персонажів тощо. Розглянемо приклади:

(137) *The largest city in Holland is Amsterdam, a cultural center that boasts many beautiful historic churches that you can later claim you were visiting when You were in fact looking at live naked sex shows involving as many as 117 individual humans and the occasional unit of livestock. Also do not miss the Vincent van Gogh Museum, where you can play the popular Whack-an-Ear Game [12, с. 148].*

У цьому жарті Дейв Баррі наводить прецедентне ім'я відомого нідерландського художника *Vincent van Gogh*, а також okazіоналізм *Whack-an-Ear Game*, який дослівно перекладається як гра «Відріж ножом вухо» та є алюзією на синдром Ван Гога, який, страждаючи на психічні розлади, відрізав собі вухо.

Комізм пов'язано з ефектом ошуканого очікування, що полягає у контрасті – замість відвідання пам'яток культури та архітектури (*historic churches, Vincent van Gogh Museum*) туристи обирають видовища (*live naked sex shows*) та безглузді ігри (*Whack-an-Ear Game*).

(138) *I carry my laptop computer everywhere, and I've found it to be an invaluable tool for getting into deadly no-escape conversations with friendly people sitting next to me on long plane trips. You know those disturbingly friendly, Forest Gump-like people who get on cross-country flights with absolutely nothing to read or do, so that after they have studied the barf bag (this takes them about 20 minutes) they start to prey, leechlike, on the passengers around them for entertainment? [4, с. 41].*

Прецедентне ім'я *Forest Gump* – головний герой однойменного фільму – виконує роль алюзії на епізод, коли Форест розповідав стороннім людям історію свого життя, незважаючи на те, хотіли вони його слухати чи ні. Комізм криється в двох перебільшеннях значення дієслова “*to study*” в контексті з лексикою *barf bag* та *20 minutes*. Дієслово “*to prey*” (молитися) не відповідає контексту, адже використане в переносному значенні «впиватися» в пасажира, наче п'явка “*leechlike*”.

(139) *First off, you need an operating system, which is the “Godfather” program that operates behind the scene, telling all the other programs what to do, making sure they cooperate, and if necessary leaving the heads of virtual horses in their beds [4, с. 81].*

У наведеному прикладі Дейв Баррі репрезентує в якості прецедентного імені назву фільму “*Godfather*” режисера Френсіса Форда Копполи за однойменним романом Маріо П’юзо. Автор реалізує прийом порівняння – протиставляє принципи керування мафіозним кланом та роботи операційної системи комп’ютера. Так само як дон Віто Карлеоне забезпечує роботу членів мафії, операційна система (*the “Godfather” program*) – ефективне управління апаратними засобами комп’ютера (*telling all the other programs what to do*). Голова коня на ліжку – це чорний гумор та алюзія на відомий кадр з фільму, вжита як один з методів, щоб змусити комп’ютерні програми злагоджено працювати.

Прецедентна ситуація – це не лише «певна «еталонна», «ідеальна» ситуація, пов’язана з набором певних конотацій, диференційні ознаки яких входять до когнітивної бази» [117, с. 183], а й ситуація, що відбулась один раз, але є відомою певній кількості людей та «входить в когнітивну базу лінгвокультурної спільноти і знайома практично всім соціалізованим представникам цієї спільноти» [60, с. 41]. Прецедентні ситуації, які наводить Дейв Баррі, зазвичай стосуються історичних або наукових фактів, на що вказують прецедентні імена. Розглянемо на прикладах:

(140) *The Greek also produced the great thinker Pythagoras, who discovered that the tip equals 15 percent.*

From there it was only a short step to the invention of trigonometry, although not all of us view this as a good thing [4, с. 16].

Комізм полягає не в геніальному відкритті Піфагором самої науки тригонометрії і в тому числі теореми косинусів, а у примітивному «відкритті» частки чайових від загальної суми оплати – прийом применшення.

(141) *<...> our only source of historical information is historians, who are useless because they keep changing everything around. I distinctly remember learning in fifth grade that Civil War was caused by slavery. So did you, I bet. As far as I was concerned, this was an excellent explanation for Civil War, the kind you could remember and pass along as an important historical lesson to your grandchildren* [10, с. 177].

Гумор виникає в результаті переоцінки значення іменника *slavery* – слухняний раб, що є натяком на слухняність дітей. Іменники *historians* та *grandparents* імпліцитно співвідносяться за прийомом аналогії, тобто дідусь та бабуся дають життєвий урок слухняним онукам. Дейв Баррі також уживає гру слів *historians* – *useless*. Отже, дідусь і бабуся переінакшують історію для виховування онуків.

Особливістю комічних художніх текстів Дейва Баррі є навмисне використання автором так званих «псевдо»-прецедентних ситуацій для досягнення головної мети – створення комічного ефекту:

(142) *Oh, sure, most of us have heard the story about an American who cooked her dog in a microwave oven, but this was not for the purpose of eating it. What happened (according to the story) was this American had one of those little rodent-size dogs whose main purpose in the Great Chain of Life is to pee on people's ankles, and it got wet in the rain, so the American quite naturally did what any normal person would do ... namely stick the dog in the microwave oven to dry out, but apparently the oven was on the wrong setting (it should have been set on "Dog"), so the dog ended up getting dried out to the point of Well Done* [10, с. 202-203].

Наведений приклад ґрунтується на декількох прийомах: а) абсурдності: собаку не сушать у мікрохвильовій печі; б) применшенні: головне завдання собаки в житті – це промокнути під дощем та справити нужду на хазяїна; в) алогізмі: невідповідність поведінки нормальної людини, що полягає в обранні неіснуючого режиму приготування – “Dog”. Як результат: «нормальна» жінка «підсушила» свого собаку до стану середньої прожарки (*Well Done*).

У комічних художніх текстах Дейв Баррі вдається до текстуальної гри. Автор у такий спосіб залучає «у свою «партію» «хорошого читача», який повинен у процесі гри-перечитування створити заново текст, розгадуючи авторські загадки, обходячи розставлені ними пастки, користуючись натяками-ключами, що й визначає своєрідність гри інтертекстуальними кодами і веде до можливості паралельних вичитувань значень» [44]. Дейв Баррі виступає в ролі інтерпретатора

нового змісту комічного художнього тексту і спонукає адресата до так званої співінтерпретації з ним.

Висновки до розділу 3

1. У роботі вперше виділено тема-рематичний механізм комічного, який полягає в динамічному переміщенні комічної інформації від теми до реми. Інформація, представлена в темі, репрезентує інтенцію автора на комізм і реалізує її у формі емоційної сміхової реакції в ремі. Основою тема-рематичного механізму комічного в постмодерністських текстах Дейва Баррі є напруженість. Дейв Баррі самостійно регулює роботу тема-рематичного механізму в тексті. Поява напруженості в темі залежить від інтенції автора, його налаштованості на комічний перебіг комунікації, доречності ужитих ним вербальних та невербальних засобів комічного та здатності викликати в адресата інтерес (текстовий, ситуативний, когнітивний). Зацікавлений адресат з нетерпінням чекає на отримання нової інформації – реми, інтерпретує її і виражає свою реакцію вербально (мовними засобами) або невербально (посмішкою, сміхом).

1.2. Робота тема-рематичного механізму комічного відображена на обкладинках художніх книжок Дейва Баррі. Обкладинка є креолізованим текстом, який складається з двох частин – вербальної та невербальної. Тема представлена в назві книги, а рема інтерпретує комічну сутність малюнка. На креолізованих обкладинках книжок Дейва Баррі тема і рема виражені як експліцитно, так і імпліцитно. Виділено також тематичну суміжність між назвами обкладинок книжок Дейва Баррі, коли спільна вербальна тема знаходить вираження в різних невербальних ремах.

1.3. У комічних художніх текстах Дейва Баррі принцип роботи тема-рематичного механізму різниться в залежності від типу зв'язку між темою та ремою – контактного або дистантного. Для контактного зв'язку характерною є співвіднесеність теми та реми в межах одного абзацу або послідовних абзаців. Дистантний тип зв'язку встановлюється в комічному художньому тексті, якщо

тема і рема виділені в тексті через певні проміжки. Рема в дистантному зв'язку – це рисунок. Співвіднесеність теми та реми у цих типах зв'язку регулює ступінь напруженості – її інтенсивність збільшується в залежності від відстані між темою та ремою.

2. Креативна полістилістика постмодерністських комічних художніх текстів Дейва Баррі ґрунтується на виділених інтертекстуальних елементах (алюзіях, пародіюванні, реаліях, стилізації та цитатах), інкорпорованих Дейвом Баррі з предтекстів інших авторів.

2.1. Дейв Баррі використовує жанрову стилізацію: під байку, міф, підручник з історії, підручник з граматики, наукову статтю та математичну формулу. Для наслідування особливостей вимови, передачі акценту, належності до певної культури, Дейв Баррі вдається до фонетичної гри. Пародіювання полягає в буквальному відтворенні уривку тексту першоджерела та критиці або сатирі на окремих персонажів, ідеї, стилістичні особливості.

2.2. У комічних художніх текстах Дейва Баррі виділено ряд алюзій: біблійні, літературні, міфологічні, історичні та побутові. Автор також наводить прямі та трансформовані цитати. Перші наявні без змін, другі – видозмінюються за посередництвом інтертекстуальних уключень. Реалії в поєднанні з коментарем, який їх пояснює, належать до числа інтертекстуальних елементів у комічних художніх текстах Дейва Баррі. Для позначення реалій іншомовної культури, побуту Дейв Баррі послуговується екзотизмами. Комічний ефект виникає як реакція на навмисну суб'єктивну інтерпретацію Дейвом Баррі певного екзотизму. Адресату для виявлення в тексті та інтерпретації комічно маркованих екзотизмів необхідно володіти лінгвокультурними знаннями.

2.3. Поряд з інтертекстуальними елементами в комічних художніх текстах Дейв Баррі використовує прецедентні феномени: прецедентні імена та ситуації. Серед прецедентних імен виокремлено імена художників, політичних діячів, письменників, науковців, героїв літературних творів. Прецедентні ситуації відображають відомі для певної лінгвокультурної спільноти історичні, наукові факти. Автор також удається до так званих «псевдо»-прецедентних ситуацій, які

провокують сміхову реакцію адресата. Для створення комічного ефекту письменник застосовує прийоми перебільшення, применшення, порівняння, абсурду, контрасту, гри слів, а також наводить оказіоналізми. Від наявності фонових знань залежить успішність визначення комічних елементів відповідно до сфери їх ужитку.

Основні положення цього розділу відображені в таких публікаціях автора: [129; 131; 133; 135; 331; 332].

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Дослідження постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі проведено в межах функціонально-комунікативної стилістики тексту. Його важливим набутком є залучення взаємопов'язаних глобальних аспектів антропоцентризму та постмодернізму, що дало змогу виявити ключові ознаки комунікативної діяльності дискурсивної особистості, наміри і цілі адресанта й адресата, особливості функціонування постмодерністських прийомів організації текстового простору та його полікодову природу.

Ідіодискурс у дисертації визначено автором як зразок вербальної та невербальної поведінки креативної дискурсивної особистості в комунікативному просторі з урахуванням екстралігвальних факторів. Ідіодискурс креативної дискурсивної особистості характеризується творчим проявом авторської рефлексії, яка існує в сукупності тематично наближених текстів, пройнятих індивідуально-авторським баченням картини світу. Креативність дискурсивної особистості втілюється в ключових темах, образах, виражально-зображальних засобах, які організуються в ідіостиль.

Висновком роботи є те, що комічний ідіодискурс являє собою процес інтенціональної лінгвокреативної діяльності автора, який умисно вводить комічний текст у поле дискурсу, переслідуючи певні комунікативні цілі: спрогнозувати комічну реакцію адресата, його власну комічну інтерпретацію тексту. Автор комічного ідіодискурсу вступає з адресатом у карнавалізований діалог, у якому автор оригінально реалізує власні комунікативні здібності. Комічний ідіодискурс Дейва Баррі є результатом його карнавальної свідомості – святкового світосприйняття буденності, що виражається в карнавальних сюжетах, образах, темах, семантиці.

Базовим компонентом комічного ідіодискурсу є дискурсивна категорія «образ автора», яка репрезентує вербальний та невербальний прояв дискурсивної особистості в процесі комунікації. Категорія «образ автора» є відображенням дискурсивної свідомості автора – мисленнєвої-мовленнєвої діяльності,

комунікативного та когнітивного досвіду авторського замислу, індивідуального способу бачення та переживання світу.

Комічний постмодерністський ідіодискурс Дейва Баррі передбачає ерудованого адресата з гарним почуттям гумору. Адресат активно взаємодіє з автором у процесі комунікації, сприймає запропоновану ним гру та дає їй оцінку. Адресатів комічного ідіодискурсу Дейва Баррі за параметром кількості поділено на індивідуального, колективного та масового. Індивідуальний адресат перебуває в діалогічних відносинах з письменником. Такими адресатами є журналісти, ведучі телевізійних шоу, радіоведучі, художник-оформлювач, художник-ілюстратор, фотограф та видавець. Колективного адресата визначено як групу людей, яких об'єднує спільна діяльність. До колективного адресата відносимо учасників зустрічей з автором, делегатів конференцій, книжкових ярмарків та публічних зібрань. Масовим адресатом виступає суспільство в цілому – це читачі, телеглядачі, радіослухачі, користувачі мережі Інтернет. Колективний та масовий адресат також можуть вступати в особистісну комунікацію з Дейвом Баррі і, таким чином, стають індивідуальними адресатами.

Особливості передачі та сприйняття інформації, специфіка добору вербальних та невербальних засобів під час комунікації автора з адресатом різняться в залежності від виконуваної функції. У комічному ідіодискурсі Дейва Баррі виділено макро- та мікрофункції. Комунікативна макрофункція як провідна репрезентує процес соціалізації автора, його вербальну та невербальну реакцію під час комунікації, відповідає за регулювання відносин між ним та адресатом. Діалогічна комунікація між автором та адресатом складається з трьох етапів: встановлення, підтримання та завершення. Комунікативна макрофункція також актуалізується й у письмовій комунікації. У текстовій площині Дейв Баррі зображує емоційну складову комунікації вербальними (сарказм, (само-) іронія, гіпербола, перифраз) та невербальними засобами (капіталізація, подвійні відступи, курсив).

Мікрофункції комічного ідіодискурсу Дейва Баррі – це вторинні функції, чие значення корелює з комунікативною макрофункцією. До мікрофункцій належать:

1) емоційно-експресивна – об'єктивується використанням автора в комічному контексті емоційно-забарвленої лексики (неологізмів, okazіональних прикметників, вигуків);

2) темо-перемикальна функція, що вживається для зміни тональності з серйозної на гумористичну та умисної зміни теми автором під час комунікації. Перехід від однієї тональності на іншу супроводжується просодичними включеннями;

3) критична функція, засобами якої Дейв Баррі висловлює суб'єктивно негативне ставлення на актуальні теми: політика, релігія, культура тощо. Для цього автор удається до прийомів (само-) іронії, гіперболи, сарказму, порівняння, алюзії;

4) функція детабуїзації – простежується в уживанні обценної лексики, сленгу, американізмів для спілкування на табуйовані теми: смерть, релігія, секс, наркотики.

Тема-рематичний механізм комічного вперше розроблено в дисертаційному дослідженні. Основою механізму є напруженість. Комічна напруженість інтенційно закладається автором у темі певного смислового комічного відрізка тексту і залежить від інтересу адресата (текстового, особистісного та когнітивного). Напруженість знімається адресатом у ремі у вигляді емоційної реакції на ужиті автором стилістичні засоби. В ідіодискурсі Дейва Баррі тема-рематичний механізм комічного актуалізується не тільки використанням вербальних прийомів, але й здебільшого креолізованими елементами тексту. Виділено два типи зв'язку між темою та ремою в комічних художніх текстах Дейва Баррі – контактний та дистантний. Контактному типу зв'язку відповідають тексти, в яких тема та рема знаходяться в межах абзацу або суміжних абзаців. Дистантний тип зв'язку є характерним для комічних художніх текстів, де тема та рема розташовані в тексті довільно. Тема-рематична організація креолізованих

обкладинок ґрунтується на взаємозалежності текстової та іконічної складових. Тема – це назва книги, а рема – малюнок, на якому Дейв Баррі зображений у різних комічних образах. У такий спосіб Дейв Баррі спонукає адресата до тонкої інтелектуальної гри, креативної співтворчості.

Одним із різновидів інтелектуальної гри автора з адресатом є діалогічність, яка виражена міжтекстовою взаємодією художніх текстів Дейва Баррі з прецедентними текстами. Розгерметизованість комічних художніх текстів Дейва Баррі виражена стилізацією (під байку, міф, підручник з історії, підручник з граматики, наукову статтю, математичну формулу, а також стилізацією, що відтворює різні соціально-мовленнєві стилі), пародіюванням (легенди, історичного факту, офіційного документу), алюзіями (літературною, біблійною, міфологічною, історичною, побутовою), цитатами (прямими і трансформованими), реаліями (етнографічними, суспільно-політичними та ономастичними). Автор широко використовує прецедентні феномени: прецедентні імена і ситуації. Дейв Баррі наводить імена письменників, художників, політичних діячів, науковців, героїв літературних творів. Прецедентні ситуації репрезентують відомі певній лінгвокультурній спільноті історичні, наукові, побутові факти. Письменник також удається до так званих «псевдо»-прецедентних ситуацій, які викликають сміхову реакцію своєю абсурдністю.

У комічних художніх текстах Дейва Баррі екстралінгвальний контекст розгортається в трьох контекстуальних вимірах: фізичному, соціально-психологічному та часовому. Для фізичного виміру характерними є повсякденні ситуації спілкування (в громадському транспорті, в парку розваг, у музеї) та інституційні (перебування в університеті, школі, участь у політичних дебатах). У соціально-психологічному вимірі успішність комунікації залежить від усвідомлення комунікантами власних соціальних ролей: Дейв Баррі – учасник інтерв'ю, спікер; адресат – інтерв'юер, глядач. Психологічна складова відображає емоційну сторону комунікації, що реалізується в сміховій реакції, оплесках, дружньому рукостисканні, поплескуванні по плечу. Часовий вимір стосується

часово-просторових координат, у яких відбувається комунікація, історичних умов, суспільно-політичних обставин.

Проведене дослідження дозволило верифікувати гіпотезу шляхом: виявлення ключових ознак постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі (лінгвокреативності, дискурсивного типу свідомості, мовленнєвої маски), вивчення особливостей впливу дискурсивної особистості на комунікацію з адресатом та аналізу полістилістичних та полісеміотичних прийомів створення комічного.

Вивчення комічного ідіодискурсу Дейва Баррі відкриває **перспективи** для подальших наукових розвідок:

- поглибленого дослідження комічних ідіодискурсів інших авторів у англomовній карнавальній лінгвокультурі Великої Британії, Канади, Австралії, Нової Зеландії, а також України;
- аналізу ідіодискурсів англomовних комічних дискурсивних особистостей, таких як естрадний пародист, стендап-комік, ведучий розважального шоу тощо в англomовному карнавальному дискурсивному, текстовому та інтернет-просторі;
- застосування тема-рематичного механізму комічного в інституційному і неінституційному типах дискурсу; в усній комунікації адресанта й адресата з превалюванням комічної тональності.

СПИСОК ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аванесова Н. В. Эмоциональность и экспрессивность – категории коммуникативной лингвистики. *Вестник Югорского государственного университета*. 2010. Вып. 2(17). С. 5–9.
2. Алефиренко Н. Ф. Дискурсивное сознание как речемыслительная категория (к постановке проблемы). *Проблемное поле дискурсологии: сборник научных статей* / под. ред. А. В. Полонского. Белгород : ПОЛИТЕРРА, 2010. С. 14–19.
3. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). Москва : Издательский центр «Академия», 2003. 128 с.
4. Аристов С. А., Сусов И. П. Коммуникативно-когнитивная лингвистика и разговорный дискурс. *Лингвистический вестник*. 1999. Вып. 1. С. 5–10.
5. Арнольд И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность. Москва: Либроком, 2010. 448 с.
6. Арутюнова Н. Д. Аксиология в механизмах жизни и языка. *Проблемы структурной лингвистики*. 1984. С. 5–23.
7. Арутюнова Н. Д. Введение. *Логический анализ языка. Образ человека в культуре и языке*. 1999. С. 3–11.
8. Арутюнова Н. Д. Дискурс. Речь. *Лингвистический энциклопедический словарь* / гл. ред. В. Н. Ярцева. 2-е изд., доп. Москва : Большая российская энциклопедия, 2002. С. 136–137.
9. Бабелюк О. А. Полістилістична практика текстотворення постмодерністського художнього тексту. *Сучасні проблеми мовознавства та літературознавства*. 2011. Вип. 16. С. 13–17. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/spml_2011_16_4 (дата звернення: 21.03.2018).
10. Бабелюк О. А. Стилiстичнi засоби i прийоми крiзь призму лiнгвосинергетики. *Вiсник Київського національного лiнгвістичного університету. Серія «Філологія»*. 2011. Т. 14. № 1. С. 7–17.

11. Бабелюк О. А. Поетика спонтанності постмодерністського наративу. *Записки романо-германської філології*. 2015. Вип. 1(34). С. 15–24.
12. Бабич В. І. Особливості ідіодискурсу К. Сендберга. *Мова і культура*. 2014. Вип. 17. Т. 5. С. 52–61.
13. Бабич В. І. Ліричне «я» в ідіодискурсах Р. Фроста і К. Сендберга: лінгвокогнітивний і комунікативно-прагматичний аспекти: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Херсон, 2017. 217 с.
14. Бакалова З. Н. Функционально-коммуникативный аспект языковых единиц художественного текста. *Вестник Новгородского государственного университета*. 2008. № 49. С. 44–48.
15. Барт Р. От произведения к тексту. *Барт Р. Избранные работы : Семиотика : Поэтика* : пер. с фр. Москва, 1989. С. 413–423.
16. Бахтин М. М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках. Опыт философского анализа. Москва : Художественная литература, 1986. 543 с.
17. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. Москва : Художественная литература, 1990. 543 с.
18. Бахтин М. М. Собрание сочинений: в 7 т. Москва : Русские словари, 1996. Т. 5. 730 с.
19. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
20. Безугла Л. Р. До питання розмежування прагматики, стилістики та прагмалінгвістики. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов»*. 2014. № 1102. Вип. 77. С. 6–10.
21. Безугла Л. Р. Рівні комунікації у лірико-поетичному дискурсі. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов»*. 2018. Вип. 87. С. 27–34.

22. Безугла Т. А. Типи повної креолізації рекламного тексту. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов»*. 2015. Вип. 81. С. 35–39.
23. Белова А. Д. Поняття «стиль», «жанр», «дискурс», «текст» у сучасній лінгвістиці. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Іноземна філологія*. 2002. Вип. 32–33. С. 11–14.
24. Белова А. Д. Визуализация объектов и услуг в современной рекламе как составная креолизации коммуникативного пространства. *Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи*. 2012. С. 42–50.
25. Бенвенист Э. Общая лингвистика: пер. с фр. Изд. 2-е. Москва : Едиториал УРСС, 2002. 448 с.
26. Бернацкая А. А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние. *Речевое общение: специализированный вестник*. 2000. Вып. 3(11). С. 104–110.
27. Бехта І. А. Дискурс постмодернізму : особливості наративних стратегій. *Нова філологія*. 2002. № 1(12). С. 213–223.
28. Бехта І. А. Оповідний дискурс в англomовній художній прозі: типологія та динаміка мовленнєвих форм: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Київ, 2010. 37 с.
29. Бехта І. А. Авторське експериментаторство в англomовній прозі ХХ ст.: монографія. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2013. 268 с.
30. Бехта І. А. Наратив і контекст комунікативної ситуації: стратегії інтерпретації оповідного дискурсу експериментального письма. *Дані текстових корпусів у лінгвістичних дослідженнях* : монографія. Львів, 2015. С. 115–129.
31. Богданов В. В. Речевое общение: прагматические и семантические аспекты. Ленинград : Издательство Ленинградского государственного университета, 1990. 88 с.
32. Богданова Е. С. Образ автора и авторская субъектность в методике обучения восприятию художественного текста. *Ученые записки Забайкальского*

- государственного университета. Серия: Профессиональное образование, теория и методика обучения. 2016. № 6. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/obraz-avtora-i-avtorskaya-subektnost-v-metodike-obucheniya-vospriyatiyu-hudozhestvennogo-teksta> (дата обращения: 09.01.2018).
33. Богдановская П. Ю. Кинотекст как особый вид креолизованного текста. *Международный студенческий научный вестник*. 2016. № 1. URL: <https://www.eduherald.ru/ru/article/view?id=14308> (дата обращения: 04.02.2018).
 34. Болдонова И. С. Межличностный диалог: устный и письменный дискурсы. *Вестник Якутского государственного университета имени М. К. Аммосова*. 2009. Т. 6. № 3. С. 120–124.
 35. Болдырев Н. Н. Антропоцентрическая сущность языка в его функциях, единицах и категориях. *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2015. № 1(42). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/antropotsentricheskaya-suschnost-yazyka-v-ego-funktsiyah-edinitah-i-kategoriyah> (дата обращения: 28.01.2018).
 36. Болотнова Н. С. Филологический анализ текста: учеб. пособие. Москва : Флинта: Наука, 2009. 520 с.
 37. Борботько В. Г. Принципы формирования дискурса: от психолингвистики к лингвосинергетике. Изд. 3-е., испр. Москва : Либроком, 2009. 288 с.
 38. Борисов О. О. Типологія адресата в сучасному діалогічному дискурсі (на матеріалі британських та українських ток-шоу). *Studia Philologica: збірник наукових праць Київського університету імені Бориса Грінченка*. 2016. Вип. 5. С. 80–83.
 39. Брославська Л. Я. Об'єктивація американського лінгвокультурного концепту ВІЙНА в ідіодискурсі Ернеста Хемінгуей: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2016. 221 с.
 40. Буянова Л. Ю., Нечай Ю. П. Эмотивность и эмоциогенность : механизмы экспликации и концептуализации. Москва : ФЛИНТА, 2016. 232 с.
 41. Виноградов В. В. Лексикология и лексикография: избранные труды. Москва : Наука, 1977. 310 с.

42. Виноградов В. В. Избранные труды. О языке художественной прозы. Москва : Наука, 1980. Т. 5. 362 с.
43. Віннікова Н. Стилізація і пародія: літературні «транскрипції» чужого стилю. 2013. URL: <http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/1733> (дата звернення: 15.05.2018)
44. Волощук В. І. Індивідуальний авторський стиль, ідіолект, ідіостиль: питання термінології. *Наукові праці : науково-методичний журнал. Серія: Філологія. Літературознавство*. 2008. Т. 92. Вип. 79. С. 5–8.
45. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. Москва : Едиториал УРСС, 2009. 280 с.
46. Воркачев С. Г. Игры разума: интеллект в юмористическом дискурсе. *Лингвокультурология*. 2016. № 10. С. 26–51.
47. Ворожбитова А. А. Лингвориторическая парадигма : Теоретические и прикладные аспекты: дис. ... доктора филол. наук : 10.02.19. Краснодар, 2000. 500 с.
48. Воропай С. В. Лінгвістична креативність та її реалізація у мові користувачів соціальних мереж (на прикладі соціальної мережі Фейсбук). *Філологічні трактати*. 2016. Т. 8. № 4. С. 7–13.
49. Ворошилова М. Б. Креолизованный текст: аспекты изучения. *Политическая лингвистика*. 2007. № 21. С. 75–80.
50. Ворошилова М. Б. Креолизованный рекламный текст: аспекты изучения. *Уральский филологический вестник № 2. Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива*. 2012. № 2. С. 39–43.
51. Ворошилова М. Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению: монография. Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2013. 194 с.
52. Высочина Ю. Л. Интертекст как языковая игра постмодернизма (на примере произведений Т. Толстой, Б. Акунина, В. Пелевина). *Вестник Челябинского государственного педагогического университета*. 2016. № 2. С. 161–165.

53. Галия Д. А. О творческой стилистике. *Стилистика как речеведение*. 2013. С. 259–264.
54. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. Изд. 4-е. Москва : КомКнига, 2006. 144 с.
55. Голев Н. Д. Лингвоперсонологические основания типологии языковой личности. *Лингвоперсонология: типы языковых личностей и личностно-ориентированное обучение: монография* / под ред. Н. Д. Голева, Н. В. Сайковой. Кемерово, 2006. С. 7–28.
56. Головач Т. М. Екзотизми як маркери міжкультурної комунікації: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Львів, 2016. 239 с.
57. Государська О. В. Антропоцентризм як провідний принцип відтворення світу свідомістю людини (на матеріалі перекладу французьких відсоматичних термінів українською мовою). *Science and Education a New Dimension*. 2015. III(15). Issue. 68. P. 59–62.
58. Грибиненко Ю. Духовно-культурологічні передумови полістилістики. *Духовний твір у сучасному просторі: новий погляд*. URL: http://knmau.com.ua/naukoviy_visnik/085/pdf/26.pdf (дата звернення: 14.03.2018).
59. Гридина Т. А. Языковая игра: стереотип и творчество. Екатеринбург: Издательство Уральского государственного педагогического университета, 1996. 225 с. URL: <http://gigabaza.ru/doc/110519.html> (дата обращения: 24.05.2017).
60. Гудков Д. Б. Прецедентная ситуация и способы ее актуализации. *Язык. Сознание. Коммуникация*. 2000. № 11. С. 40–46.
61. Гумбольдт В. Ф. Избранные труды по языкознанию: пер. с нем. Москва : Прогресс, 1984. 396 с.
62. Гусева А. А. Речевая маска и речевое самозванство (заметки об идиоме и идиостиле). *Vox*. 2012. № 13. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rechevaya-mask-a-i-rechevoe-samozvanstvoza-metki-ob-idiome-i-idiostile> (дата обращения: 21.07.2018).

63. Давыдова А. Р. Конститутивные характеристики тема-рематического развёртывания текста газетных сообщений. *Альманах современной науки и образования*. 2014. № 8(86). С. 67–71.
64. Дегтярьова І. О. Стилiстичний потенціал української постмодерністської прози : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова». Київ, 2009. 20 с.
65. Дегтярьова І. О. Лексико-семантичні ознаки карнавальності в постмодерністському тексті. *Культура слова*. 2013. Вип. 78. С. 68–73.
66. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация : пер. с англ. Москва : Прогресс, 1989. 312 с.
67. Дейк Т. А. ван. К определению дискурса. URL: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm> (дата обращения: 13.07.2017).
68. Демченко А. И. Коллаж и полистилистика в искусстве XX в. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. 2005. № 2. С. 42–52. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kollazh-i-polistilistika-v-iskusstve-hh-v> (дата обращения: 24.08.2018).
69. Демченко А. И. Горизонты полистилистики. *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*. 2015. № 5(55). Ч. I. С. 56–63.
70. Денисенко С. Н. Функціоналізм – одна з найважливіших парадигмальних рис лінгвістики кінця XX – початку XXI ст. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов»*. 2000. № 471. С. 68–76.
71. Дойчик О. Я. Ідіостиль Джуліана Барнса у лінгвоконцептуальному вимірі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Харків, 2012. 20 с.
72. Долинин К. А. Стилистика французского языка. Москва : Просвещение, 1987. 335 с.
73. Долинин К. А. Интерпретация текста: французский язык. Изд. 2-е. Москва : КомКнига, 2005. 304 с.

74. Дружинина В. В. Лингвориторические параметры идиостиля как выражение менталитета языковой личности ученого (А. Ф. Лосев): дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Сочи, 2004. 215 с.
75. Ермоленкина Л. И. Дискурсивная личность в коммуникативном пространстве современного радио. *Вестник Томского государственного педагогического университета*. 2017. № 2 (179). С. 37–40. DOI: 10.23951/1609–624X-2017-2-37-40.
76. Ермолович О. В. Феномен полистилистики в художественной культуре XX века. *Человек. Культура. Общество*: материалы I междунар. научн. конф. (Минск, 21–22 мая 2004 г.). Минск, 2004. С. 30–32. <http://elib.bsu.by/handle/123456789/46549> (дата обращения: 15.04.2018).
77. Євдокимова І. О. Класифікація мовленнєвих масок в англомовному усному рекламному дискурсі. *Записки романо-германської філології*. 2013. Вип. 1(30). С. 74–80.
78. Єсипенко Н. Г. Лексико-семантичні компоненти авторського стилю і мовна картина світу (на матеріалі англомовної прози воєнної та мирної тематики) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Чернівці, 2007. 20 с.
79. Єфименко В. А. Жанрові трансформації та мультимодальність сучасних казкових наративів (на матеріалі англійської мови) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2018. 532 с.
80. Заветна Т. С. Адресатність дискурсу британських парламентських дебатів. *Сучасна англістика: Стереотипність і творчість*: матеріали всеукр. наук. фор. (Харків, 16 травня 2006 р.). Харків, 2006. С. 59–61.
81. Загибалова М. А. Антропологический аспект границы в современной культуре: карнавализация и неономадизм. *Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки*. 2012. С. 50–56.
82. Иванищева О. Н., Жаданова И. И. Толерантный дискурс в современном обществе. Москва-Берлин: Директ-Медиа, 2015. 217 с.

83. Иванова В. И. Коммуникативная лингвистика как «теория среднего уровня». *Вестник Тверского государственного университета. Серия «Филология»*. 2017. № 2. С. 19–24.
84. Ильин И. П. Интертекстуальность. Современное зарубежное литературоведение (страны Западной Европы и США): концепции, школы, термины: *Энциклопедический справочник*. Москва, 1996. С. 215–221.
85. Ильичева Н. И. Полистилистика как феномен художественного творчества XX века (на примере литературы и музыки). *Знание. Понимание. Умение*. 2011. № 3. С. 182–186.
86. Йоргенсен М., Филлипс Л. Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков : «Гуманитарный центр», 2008. 352 с.
87. Калинюк Е. А. Портретное описание в научно-фантастическом тексте. *Інтегральна теорія англомовної комунікації*. кол. моногр. / під заг. ред. Т. І. Домброван. Одесса, 2015. С. 266–303.
88. Карасик В. И. О типах дискурса. *Языковая личность: институциональный и персональный дискурс*. Волгоград, 2000. С. 5–20.
89. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002. 477 с.
90. Карасик В. И. Речевое поведение и типы языковых личностей. Массовая культура на рубеже XX – XXI веков: Человек и его дискурс. Москва : «Азбуковник», 2003. 368 с.
91. Карасик В. И. Дискурсивная персонология. *Язык, коммуникация и социальная среда*. 2007. Вып. 7. С. 78–86.
92. Карасик В. И. Языковое проявление личности. Москва : Гнозис, 2015. 384 с.
93. Карасик В. И. Дискурсивное проявление личности. *Russian Journal of Linguistics*. 2016. 20(4). С. 56–77.
94. Караулов Ю. Н. Русская языковая личность и задачи ее изучения. *Язык и личность*. Москва : Наука, 1989. 283 с.
95. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Изд. 7-е. Москва : Издательство ЛКИ, 2010. 264 с.

96. Карпчук Н. П. Адресованість в офіційному та неофіційному англomовному дискурсі (комунікативно-прагматичний аналіз) : монографія. Луцьк : РВВ «Вежа», 2006. 159 с.
97. Касавин И. Т. Текст, дискурс, контекст. Введение в социальную эпистемологию языка. Замысел книги. *Epistemology & Philosophy of Science*. 2009. № 1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/tekst-diskurs-kontekst-vvedenie-v-sotsialnuyu-epistemologiyu-yazyka-zamysel-knigi> (дата обращения: 26.02.2017).
98. Качмазова А. У. Креолизованный текст как жанр интернет-дискурса. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2016. № 3. С. 108–110.
99. Кегеян С. Э., Ворожбитова А. А. Лингвориторические параметры политического дискурса (на материале текстов идеологов большевизма): монография. Сочи : РИЦ СГУТиКД, 2011. 156 с.
100. Кибрик А. А., Плунгян В. А. Функционализм. *Современная американская лингвистика: Фундаментальные направления* / под ред. А. А. Кибрика, И. М. Кобозевой, И. А. Секериной. Москва : Издательство МГУ, 2002. С. 276–339.
101. Кловак Е. В. Авторская модальность как один из компонентов идиостиля. *Вестник Тверского государственного университета*. 2014. № 2. С. 47–53.
102. Кобякова И. К. Структурно-содержательные характеристики текстов малого жанра. *Текст. Язык. Человек* : сборник научных трудов : В 2 ч. 2013. Ч. 1. С. 138–139.
103. Кобякова И. К. Природа лингвокреативної функції. *Trends of Language Cultures Development through the Prism Correlation between Communicative Functions: Papers of the CXXXII International Research and Practice Conference and III stage of the Championship in Philological Sciences* (London, 14–15 November 2016). London, 2016. P. 19–21.
104. Ковінько М. В. Авторська маска в культурологічному контексті. *Літературознавчі студії*. 2013. Вип. 39(2). С. 20–27.

105. Ковтунова И. И. Современный русский язык. Порядок слов и актуальное членение предложения. Москва : Едиториал УРСС, 2002. 240 с.
106. Кожина М. Н. О диалогичности письменной научной речи. Пермь : Изд-во ПГУ, 1986. 92 с.
107. Кожина М. Н. Стилистика русского языка. Изд. 4-е. Москва : Флинта : Наука, 2008. 464 с.
108. Колегаева И. М. Текст как единица научной и художественной коммуникации: монография. Одесса : Латстар, 1991. 121 с.
109. Колегаева И. М. Личность творца и ее отражение в триаде «автор-повествователь-персонаж» художественного текста. *Записки з романо-германської філології*. 2000. Вип.8. С. 98–106.
110. Колегаєва І. М. Полімодальність відчуттів у дзеркалі полікодовості тексту, або ще раз про антропоцентризм у лінгвістиці. *Записки з романо-германської філології*. 2015. Вип. 2. С. 105–112.
111. Колшанский Г.В. Коммуникативная функция и структура языка. Изд. 3-е. Москва, 2007. 176 с.
112. Комарова Л. И. Антропоцентризм художественного текста. *Вестник Томского государственного университета*. 2008. Вып. 8(64). С. 99–103.
113. Кондратенко Н. В. Карнавалізація як вияв мовної гри в художньому дискурсі. *Лінгвістичні дослідження: збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди*. 2012. Вип. 33. С. 61–65.
114. Копытов О. Н. Образ автора и авторское начало: разграничение и области применения понятий. *Вестник Томского государственного университета*. 2010. № 334. С. 11–14.
115. Костомаров П. И. Антропоцентризм как важнейший признак современной лингвистики. *Вестник Кемеровского государственного университета*. 2014. № 2(58). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/antropotsentrizm-kak-vazhneyshiy-priznak-sovremennoy-lingvistiki> (дата обращения: 28.01.2018).

116. Кравченко-Дзондза О. Е. Лінгвостилістичний аналіз тексту в контексті комунікативної лінгвістики. *Рідне слово в етнокультурному вимірі*. 2014. С. 26–31.
117. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? Москва : ИТДГК «Гнозис», 2003. 375 с.
118. Кристева Ю. Бахтин, диалог и роман. *Французская семиотика: от структурализма к постструктурализму*. 2000. С. 427–457.
119. Крушельницкая К. Т. К вопросу о смысловом членении предложения. *Вопросы языкознания*. 1956. № 5. С. 55–67.
120. Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа). *Язык и наука конца 20 века*. Москва, 1995. С. 144–238.
121. Кубрякова Е. С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике. *Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты*. 2000. С. 5–13.
122. Кубрякова Е. С. О термине дискурс и стоящей за ним структуре знания. *Язык. Личность. Текст*. Москва : Языки славянской культуры, 2005. С. 23–33.
123. Кузнецова Л. Н. В. В. Виноградов как профессиональная языковая личность ученого-филолога: Лингвориторический аспект: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Сочи, 2013. 234 с.
124. Кузнецова Л. Р. Антропоцентризм як провідний принцип текстологічних досліджень. *Наукові записки. Серія «Філологічна»*. 2013. Вип. 33. С. 76–77.
125. Кузнецова О. В. Полістилістичний бриколаж у постмодерністській свідомості. *Сучасна англістика: до 85-річчя кафедри англійської філології: матеріали VI міжнар. наук. форуму (Харків, 23 вересня 2015 р.)*. Харків, 2015. С. 60–62.
126. Кузнецова О. В. Ідіодискурс Дейва Баррі в антропоцентричній парадигмі сьогодення. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «філологічна»*. 2016. Вип. 61. С. 259–261.

127. Кузнєцова О. В. Креативність як невід'ємна риса карнавального дискурсу. *Сучасна іноземна філологія: дослідницький потенціал: матеріали VII міжнар. наук. форуму* (Харків, 23 листопада 2016 р.). Харків, 2016. С. 87–89.
128. Кузнєцова О. В. Комічний ідіодискурс творчої особистості Дейва Баррі. *Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація: матеріали XVI наук. конф. з міжнар. участю* (Харків, 3 лютого 2017 р.). Харків, 2017. С. 61–62.
129. Кузнєцова О. В. Мовленнєва маска як засіб перевтілення автора комічного ідіодискурсу. *Філологічні трактати*. 2017. Т. 9. №4. С. 46–54.
130. Кузнєцова О. В. Мовленнєва маска як механізм створення образу автора. *Науковий потенціал та перспективи розвитку філологічних наук: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 8–9 грудня 2017 р.)*. Київ, 2017. С. 84–86.
131. Кузнєцова О. В. Тема-рематична прогресія як когнітивний механізм комічного. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов»*. 2017. Вип. 86. С. 118–124.
132. Кузнєцова О. В. Реалізація комунікативної функції у комічному ідіодискурсі Д. Баррі. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов»*. 2018. Вип. 87. С. 114–120.
133. Кузнєцова О. В. Функціональна природа тема-рематичної прогресії в комічному художньому тексті. *Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація: матеріали XVII наук. конф. з міжнар. участю* (Харків, 2 лютого 2018 р.). Харків, 2018. С. 82–83.
134. Кузнєцова О. В. Роль комунікативної функції у діалогічній організації комічного ідіодискурсу Д. Баррі. *Комунікація у сучасному соціумі: матеріали II міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 8 червня 2018 р.)*. Львів, 2018. С. 25–26.
135. Кузнєцова О. В. Стилізація як інтертекстуальний елемент у структурі комічних художніх текстів Дейва Баррі. *Сучасна германістика: наукові дискусії: матеріали VIII міжнар. наук. форуму* (Харків, 23 жовтня 2018 р.). Харків, 2018. С. 65–67.

136. Кузнєцова О. В. Фактор адресата у комічному ідіодискурсі Дейва Баррі. *Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація*: матеріали XVIII наук. конф. з міжнар. участю (Харків, 1 лютого 2019 р.). Харків, 2019. С. 78–80.
137. Кукс А. В. Конструирование речевой маски в игровом дискурсе : автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык». Новосибирск, 2010. 22 с.
138. Кухаренко В. А. Інтерпретація тексту: підручник для вузів. Вінниця : Нова книга, 2004. 272 с.
139. Кухаренко В. А. Про нетрадиційний наратив. *Записки з романо-германської філології*. 2015. № 34. Вип. 1. С. 66–72.
140. Левицкий Ю. А. Лингвистика текста. Москва : Высшая школа, 2006. 207 с.
141. Лещенко А. В. Нарративная напряженность художественного текста: монография. Черкассы : ЧП Гордиенко Е. И., 2017. 336 с.
142. Лещенко Г. В. Категорія наративної напруженості в англomовному художньому тексті: лінгвокогнітивний аспект: дис. ... доктора філол. наук : 10.02.04. Харків, 2018. 445 с.
143. Лещенко О. І. Особливості реалізації антропоцентричності в англomовних казках: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Київ, 1996. 21 с.
144. Лещенко О. И., Швачко С. А. Философское и лингвистическое осмысление категории антропоцентричности. *Вісник Сумського державного університету*. 1996. № 2(6). С. 146–149.
145. Литовская Е. В. Текстовая категория автора в динамическом аспекте (на материале русских кулинарных книг XIX-XXI вв.): дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. Екатеринбург, 2018. 266 с.
146. Лобова О. К. Англоязычная стэндап-комедия как жанр комического институционального дискурса: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Харьков, 2013. 226 с.
147. Ломакина Е. А. Художественный прием маски и поиски аутентичности в пространстве драматургии: от античности до «века-маскарада» эпохи

- Реставрации. *Проблемы истории, филологии, культуры*. 2010. № 3(29). С. 148–155.
148. Лотман Ю. М. Текст и полиглотизм культуры. Избранные статьи : в 3 т. Таллинн, 1992. Т. 1. 479 с.
149. Лучинская Е. Н. Диалогизация как принцип интертекстуальности в постмодернистском дискурсе. *Теория и практика общественного развития*. 2012. № 3. С. 386–388. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dialogizatsiya-kak-printsip-intertekstualnosti-v-postmodernistskom-diskurse> (дата обращения: 23.04.2018).
150. Любоха-Круглик И. Игра и смех в произведениях Иоанны Хмелевской. *Карнавал в языке и коммуникации*: кол. моногр. / отв. ред. Л. Л. Федорова. Москва : РГГУ, 2016. С. 375–385.
151. Маєвська Н. М. Мовностилістичні засоби реалізації авторської прагматики у романі Девіда Ніколлса «One day». *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Серія «Філологічні науки. Мовознавство»*. Луцьк. 2013. № 20. С. 67–71.
152. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. Москва : Гнозис, 2003. 280 с.
153. Макарушина Е. Н. Феномен креативности и творчества в современной системе высшего образования. *Fundamental Research*. 2011. № 12. С. 498–501.
154. Малюга Е. Н. Взаимовлияние деловой коммуникации и межкультурного делового дискурса. *Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена*. 2008. № 84. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/vzaimovliyanie-delovoy-kommunikatsii-i-mezhkulturnogo-delovogo-diskursa> (дата обращения: 27.12.2017).
155. Мартинюк А. П. Гендер як конструкт дискурсу. *Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен*: кол. монографія / за ред. І. С. Шевченко. Харків : Константа, 2005. С. 295–318.
156. Мартинюк А. П. Разграничение дискурса и текста с позиций интеграционного подхода. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання*

- іноземних мов*». 2009. № 866. URL: <http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/4924> (дата обращения: 15.10.2017).
157. Марьянчик В. А. Речевая маска в структуре образа автора публицистического текста. *Вестник Новосибирского государственного университета. Серия «История, филология»*. 2010. Т. 9. Вып. 6. С. 138–144.
158. Маслоу А. Г. Дальние пределы человеческой психики : пер. с англ. Санкт-Петербург, 1999. URL: <https://www.litmir.me/br/?b=145973&p=2> (дата обращения: 20.05.2017).
159. Матвеева Т. В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий: синхронно-сопоставительный очерк. Свердловск : Издательство Уральского университета, 1990. 172 с.
160. Матезиус В. О так называемом актуальном членении предложения. Москва : Едиториал УРСС, 2010. 232 с.
161. Медведева В. В. Театральная маска как один из способов трансформации сценического образа. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2011. № 3. С. 189–192.
162. Мизецкая В. Я. Лексико-семантический анализ письменного текста как средство идентификации личности адресанта. *Наукові праці Національного університету «Одеська юридична академія»*. 2011. С. 399–404.
163. Мизецкая В. Я. Анархизмы в драматургии В. Шекспира. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2013. № 1. С. 68–75.
164. Михальская О. В. Разграничение креолизированных и поликодовых текстов (проблемы таксономии). *Мовні і концептуальні картини світу*. 2014. Вып. 47(2). С. 30–37. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2014_47\(2\)__6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2014_47(2)__6) (дата обращения: 10.11.2017).
165. Монахова Т. В. Постмодерністський кітч у лінгвістиці. *Дослідження з лексикології і граматики української мови*. 2013. Вып. 13. С. 74–81.
166. Морева А. Н. Типология речевых масок в жанре литературной рецензии (на материале «Литературной газеты»). *Вестник Нижегородского университета имени Лобачевского*. 2014. № 1(1). С. 442–447.

167. Морозова О. І. Дискурс як когнітивно-комунікативна подія. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2010. № 7. С. 134–137.
168. Морозова О. І. Stance: позиція суб'єкта дискурсивної діяльності. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету*. 2011. Т. 14. № 1. С. 87–93. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknlu_fil_2011_14_1_13 (дата звернення: 25.08.2019).
169. Москальская О. И. Грамматика текста. Москва : Высшая школа, 1981. 183 с.
170. Москвин В. П. Стилистика русского языка. Теоретический курс. Ростов н/Дону : Феникс, 2006. 640 с.
171. Москвин В. П. Интертекстуальность: Понятийный аппарат. Фигуры, жанры, стили. Изд. 2-е. Москва : Либроком, 2013. 168 с.
172. Назарець В. М. Персоналізований адресат в адресованій ліриці Бертольда. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2014. Вип. 1. С. 189–192. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VZhDU_2014_1_39 (дата звернення: 9.10.2017).
173. Напреенко Г. В. Идентификационная лингвистика как аспект лингвоперсонологии. *Вестник Кемеровского государственного университета*. 2015. № 2(62). Т. 4. С. 157–162.
174. Наумов В. В. Лингвистическая идентификация личности. Изд. 2-е. Москва : КомКнига, 2007. 240 с.
175. Нежура Е. А. Новые типы креолизированных текстов в коммуникативном пространстве интернета. *Теория языка и межкультурная коммуникация*. 2012. № 2. С. 47–52.
176. Нельсон Р. Креатив – искусство прагматика, или... Как сотворить продающуюся рекламную идею. URL: http://www.kstyati.ru/cre_articles/cre_nilson.html (дата обращения: 12.01.2018).
177. Нефьодова О. Д. Екстралінгвістичні чинники встановлення інтертекстуальних відносин. *Вісник Харківського національного*

- університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2014. № 1103. С. 111–117.
178. Нефьодова О. Д. Механізм та функції реалізації алюзії як інтертексту (на матеріалі повісті Дж. Селінджера «The Catcher in the Rye»). *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов»*. 2015. № 81. С. 29–34.
179. Нефьодова О. Д. Засоби та наслідки актуалізації прецедентного імені в комунікації. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов»*. 2016. № 84. С. 108–114.
180. Нікітіна А. В. Дискурсна особистість як лінгводидактичне поняття. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Педагогічні науки*. 2015. № 4(51). С. 271–282. URL: <http://dspace.luguniv.edu.ua/xmlui/handle/123456789/337> (дата звернення: 13.04.2017).
181. Ніколенко А. Г. Мовленнєва маска як засіб розкриття персонажів у дискурсі американського ігрового кіно. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. 2014. Вип. 25. С. 268–278. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psptkl_2014_25_27 (дата звернення: 19.06.2017).
182. Олизько Н. С. Постмодернизм: к проблеме определения понятия. *Вестник Южно-Уральского государственного университета*. 2006. № 6(61). С. 49–52. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/postmodernizm-k-probleme-opredeleniya-ponyatiya> (дата обращения: 23.04.2018).
183. Олизько Н. С. Семиотико-синергетическая интерпретация особенностей реализации категорий интертекстуальности и интердискурсивности в постмодернистском художественном дискурсе: дис. ... доктора филол. наук : 10.02.19. Челябинск, 2009. 343 с.
184. Остринская Н. Н. Лексические средства создания эмоционально-экспрессивной тенциональности художественного текста (на материале

- французского языка). *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. 2014. № 10(95). С. 12–16. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/leksicheskie-sredstva-sozdaniya-emotsional-no-ekspressivnoy-tensionalnosti-hudozhestvennogo-teksta-na-materiale-frantsuzskogo-yazyka> (дата обращения: 20.06.2018).
185. Палій О. П. Поетика постмодерністського роману (до теоретичних аспектів). *Літературознавчі студії*. 2013. Вип. 39(2). С. 278–288. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Lits_2013_39\(2\)__39](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Lits_2013_39(2)__39) (дата звернення: 21.08.2017).
 186. Панченко І. М. Імпліцитна адресатна референція в німецькомовному дискурсі: структурно-семантичний і прагмадискурсивний аспекти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Харків, 2016. 23 с.
 187. Пасенчук Н. В. Поняття дискурсу як комунікативної події та текстової категорії. *Science and Education a New Dimension. Philology*. 2017. № 123. С. 52–56.
 188. Пестерев В. А. Постмодернизм и поэтика романа : Историко-литературные и теоретические аспекты. Волгоград : Издательство ВолГУ, 2001. 40 с.
 189. Пихтовникова Л. С. Композиция речевого произведения и предпосылки ее самоорганизации. *Одеський лінгвістичний вісник. Науково-практичний журнал*. № 6. Одеса, 2015. С. 93–97.
 190. Пихтовникова Л. С. Прагмастилистика дискурса в свете лингвосинергетической парадигмы. *Когниция, коммуникация, дискурс*. Харьков, 2016. № 13. С. 114–130. URL: <http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home> (дата обращения: 26.11.2018).
 191. Плотникова С. Н. Говорящий / Пишущий как языковая, коммуникативная и дискурсивная личность. *Вестник Нижневартковского государственного университета*. 2008. № 4. С. 37–42.
 192. Плотникова С. Н. Языковое, дискурсивное и коммуникативное пространство. *Вестник Иркутского государственного лингвистического университета*. 2008. № 1. С. 131–136.

193. Поваляєва Г. С. Функціонування мовної маски у віртуальному дискурсі на лексичному рівні в сучасній іспанській мові. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. 2015. Т. 2. № 15. С. 119–121.
194. Полонский А. В. Дискурсология: неизбучные истины (вместо вступительного слова). *Проблемное поле дискурсологии: сборник научных статей* / под. ред. А. В. Полонского. Белгород : ПОЛИТЕРРА, 2010. С. 4–13.
195. Полонский А. В. Дискурс как объективация сознания (введение в проблематику). *Проблемное поле дискурсологии: сборник научных статей* / под. ред. А. В. Полонского. Белгород : ПОЛИТЕРРА, 2010. С. 57–68.
196. Почепцов Г. Г. О коммуникативной типологии адресата. *Речевые акты в лингвистике и методике: межвузовский сборник научных трудов*. Пятигорск : Издательство Пятигорского университета, 1986. С. 10–17.
197. Пражский лингвистический кружок: зб. стат. / под ред. Н. А. Кондрашевой. Москва : Прогресс, 1967. 559 с.
198. Приходько А. Н. Когнитивно-коммуникативная типология дискурса. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету*. 2009. № 1. Вип. 12. С. 20–24.
199. Приходько Г. І. Оцінка і комунікація. Вінниця : Нова Книга, 2013. 168 с.
200. Приходько А. И. Когнитивные параметры изучения дискурса. *Языковая личность и эффективная коммуникация в современном поликультурном мире: материалы междунар. науч.-практ. конф. (Минск, 17–18 ноября 2016 г.)*. Минск, 2016. С. 50–53. URL: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/166282> (дата обращения: 13.03.2018).
201. Приходько Г. І. Категорія оцінки в контексті зміни лінгвістичних парадигм: монографія. Запоріжжя : Кругозір, 2016. 200 с.
202. Пьеге-Гро Н. Введение в теорию интертекстуальности. Москва : ЛКИ, 2008. 240 с.
203. Радчук О. Корреляция понятий языковая личность, образ автора и модальность в художественном тексте. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО*

- Київського національного лінгвістичного університету. Серія «Філологія, педагогіка, психологія».* 2013. Вип. 26. С. 140–143.
204. Распопов И. П. Актуальное членение предложения (На материале простого повествования преимущественно в монологической речи). Уфа : Издательство Башкирского Государственного университета, 1961. 163 с.
 205. Реферовская Е. А. Коммуникативная структура текста в лексико-грамматическом аспекте. Ленинград : Наука, 1989. 168 с.
 206. Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира. Москва : Наука, 1988. 216 с.
 207. Романова Т. А. Личность как предмет научно-философского исследования. *Современные проблемы науки и образования*. 2015. № 1-1. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=17942> (дата звернення: 11.03.2018).
 208. Романченко А. П. Мовна, комунікативна, дискурсивна особистість: проблема кореляції понять. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2016 № 25. Т. 1. С. 68–70.
 209. Рыжкова В. В. Категория интертекстуальности: подходы к исследованию и новые перспективы с позиции лингвосинергетики. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2016. Вип. 21(2). С. 107–110. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2016_21\(2\)__32](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2016_21(2)__32) (дата обращения 15.02.2018).
 210. Салимовский В. А. Вклад М. Н. Кожиной в становление речеведения. *Стилистика как речеведение*. Москва, 2013. С. 5–24.
 211. Самохіна В. О. Функціонально-комунікативний напрям у лінгвістиці. *Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація*: матеріали IX міжнар. наук. конф. (Харків, 5–6 лютого 2010 р.). Харків, 2010. С. 266–267.
 212. Самохіна В. О. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії та США: монографія. Вид. 2-е. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 360 с.

213. Самохіна В. О. Жарт: когніція, комунікація, текст. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов»*. 2012. № 972. С. 119–128.
214. Самохіна В. А. Карнавальний діалог(изм). *Сучасна англістика: до 85-річчя кафедри англійської філології: матеріали VI міжнар. наук. фор.* (Харків, 23 вересня 2015 р.). Харків, 2015. С.123–125.
215. Самохіна В. А. Карнавал как эмоциональная экспрессия игры. *Сучасна іноземна філологія: дослідницький потенціал: матеріали VII міжнар. наук. фор.* (Харків, 23 листопада 2016 р.). Харків, 2016. С. 61–63.
216. Самохіна В. А. Креативная личность Linguisticus-шутника, или ученые-лингвисты смеются. *Когниция, коммуникация, дискурс*. 2016. № 12. С. 84–97.
217. Самохіна В. О. Феномен адресата в комунікативному просторі комічного. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов»*. 2016. Вип. 84. С. 99–107.
218. Самохіна В. О. Діалогізм у межах карнавальної рефлексії. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика»*. 2017. Вип. 30. С. 83–90.
219. Самохіна В. А. Карнавальная рефлексия в комическом идиодискурсе. *Художні феномени в історії світової літератури: перехід мови в письменництво («Екоцентризм: культура і природа»): матеріали III міжнар. наук. конф.* (Харків, 7–9 квітня 2017 р.). Харків, 2017. С. 89–91.
220. Самохіна В. О. Карнавальне світовідчуття в сучасному номосі. *Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація: матеріали XVI наук. конф. з міжнар. уч.* (Харків, 3 лютого 2017 р.). Харків, 2017. С. 119–120.
221. Самохіна В. О. Карнавальний діалогізм сучасного комунікативного простору. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2017. Вип. 56. Ч. 2. С. 167–178. URL: <http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/13727> (дата звернення: 11.05.2018).

222. Самохіна В. О., Кузнєцова О. В. Ідіодискурс як прояв лінгвокреативного мислення автора в карнавальній свідомості (на матеріалі художніх текстів американського письменника Дейва Баррі). *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*. 2017. Вип. 16. С. 207–217.
223. Самохіна В. О., Кузнєцова О. В. Лінгвокреативність автора в карнавальній свідомості. *Світ мови – світ у мові: матеріали IV міжнар. наук. конф. (Київ, 26–27 жовтня 2017 р.)*. Київ, 2017. С. 161–163.
224. Самохина В. А., Рыжкова В. В. Интертекстуальность в диалогическом пространстве англоязычного художественного текста: монографія. Харьков : ХАИ, 2017. 168 с.
225. Самохіна В. О., Светочева А. С. Комічна домінанта регулятивності в ідіодискурсах американських гумористів XIX–XXI століть. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов»*. 2013. № 1023. С. 148–153.
226. Сандлер С. В. Тема карнавала в контексте философии М. М. Бахтина. *Studia Litterarum*. 2016. №3-4. С. 10–18. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tema-karnavala-v-kontekste-filosofii-m-m-bahtina> (дата обращения: 13.04.2018).
227. Сас В. З. Маркери когерентності в ідіодискурсі Франца Кафки: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Львів, 2017. 199 с.
228. Сафина З. М., Юкчубаева К. В. Способы перевода реалий в художественном тексте. *Доклады Башкирского университета*. 2017. Т. 2. № 5. С. 809–814.
229. Свинцова І. О. Лінгвостилістичні засоби художнього впливу у лірико-поетичному дискурсі Байрона: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Херсон, 2016. 250 с.
230. Седов К. Ф. Дискурс и личность : Эволюция коммуникативной компетенции. Москва : Лабиринт, 2004. 320 с.
231. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации. Київ : Фитосоциоцентр, 2002. 336 с.

232. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Вид. 2-е. Полтава : Довкілля-К, 2017. 890 с.
233. Синельникова Л. Н. Концепт «дискурсивная личность» : междисциплинарная параметризация. *Электронный научно-образовательный журнал ВГСПУ «Грани познания»*. 2013. № 1 (21). С. 42–44. URL: <http://grani.vspu.ru/files/publics/1368528198.pdf> (дата обращения: 10.05.2018).
234. Синельникова Л. Н. О научной легитимности понятия «дискурсивная личность». *Ученые записки Таврийского национального университета имени В. И. Вернадского*. 2011. № 2. Т. 24(63). Часть 1. С. 454–463.
235. Ситникова Е. В. Принцип антропоцентризма в русской лингвистике. *Лінгвістика*. 2013. № 1. С. 56–66.
236. Соколовська С. Ф. Образ автора у художньому творі. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2013. № 71. С. 222–226.
237. Солодилова И. А. Интертекстуальность и авторская оценка в художественном тексте. *Вестник Оренбургского государственного университета*. 2012. № 11(147). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/intertekstualnost-i-avtorskaya-otsenka-v-hudozhest-vennom-tekste> (дата обращения: 11.03.2018).
238. Солощук Л. В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англomовному дискурсі. Харків : Константа, 2006. 300 с.
239. Солощук Л. В. Вербальні та невербальні аспекти дискурсивної взаємодії як відображення полікодової природи комунікативного процесу. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2013. № 19(268). С. 233–237.
240. Солощук Л. В. Семіотика комунікативної взаємодії в англomовному діалогічному дискурсі. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов»*. 2014. № 1102. Вип. 77. С. 11–18.

241. Солощук Л. В. Дискурсивна особистість у світлі теорії полікодовості комунікативного процесу. *Записки з романо-германської філології*. 2015. Вип. 1(34). С. 167–174.
242. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. Оптимизация речевого воздействия. Москва : Наука, 1990. 240 с.
243. Сребрянская Н. А. Креолизованные художественные тексты разных типов знаковых систем. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. 2013. № 2(261). С. 213–216.
244. Степанова Ю. В. Языковая личность и аспекты ее изучения. *Вестник Тюменского государственного университета*. 2012. № 1. С. 186–192.
245. Стернин И. А. Фактор адресата в речевом воздействии. Воронеж : «Истоки», 2012. 51 с.
246. Стернин И. А. Основы речевого воздействия. Изд. 3-е. Москва-Берлин : Директ-Медиа, 2015. 289 с.
247. Субботина И. К. Языковая и литературная личность А. Гайдара в лингвориторических параметрах советского художественно-идеологического дискурса: автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка». Нальчик, 2011. 24 с.
248. Суминова Т. Н. Культура. Текст, контекст, гипертекст... (размышления о художественном произведении). URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/2010/12/13/1214861970/Suminova.pdf> (дата обращения: 3.09.2017).
249. Сусов И. П. Коммуникативно-прагматическая лингвистика и ее единицы. Прагматика и семантика синтаксических единиц. Калинин : Издательство КГУ, 1984. С. 3–12.
250. Сусов И. П. Грамматика говорящего. *Актуальные проблемы коммуникативной грамматики*. 2000. С. 130–138.
251. Тараненко Л. І. Алгоритмічно-фабульна структура тексту англійського анекдоту. *Стратегії міжкультурної комунікації в мовній освіті сучасного ВНЗ*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 5 березня 2016 р.). Київ, 2016. С. 49–53.

252. Тараненко Л. І. Енергетичні характеристики усної актуалізації англійського анекдоту. *Сучасні тенденції фонетичних досліджень*: матеріали круглого столу (Київ, 12 травня 2017 р.). Київ, 2017. С. 34–37.
253. Тимина С. А. Семантические характеристики экзотической лексики (на материале языка современной англоязычной прессы). *Вестник Вятского государственного гуманитарного университета*. 2008. № 1(2). С. 8–11.
254. Тиха У. І. Пародіювання жанровими моделями у Британських постмодерністських художніх текстах: лінгвостилістичний аспект : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Запоріжжя, 2015. 20 с.
255. Трик Х. Е. Основные направления экспериментального изучения творчества. *Хрестоматия по общей психологии. Психология мышления*. Москва, 1981. С. 298–303.
256. Фатеева Н. А. Интертекстуальность и ее функции в художественном дискурсе. *Известия Российской академии наук*. 1997. Т. 56. № 5. С. 12–21.
257. Фатеева Н. А. Интертекст в мире текстов : Контрапункт интертекстуальности. Изд. 3-е. Москва: Ком Книга, 2007. 280 с.
258. Федоренко Л. В. Вербальна репрезентація комічного у драматургічному дискурсі Фрідріха Дюрренматта : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Харків, 2012. 20 с.
259. Федорова Л. Л. Языковой карнавал как зеркало реальности. *Карнавал в языке и коммуникации*. Москва, 2016. С. 5–25.
260. Филиппов К. А. Лингвистика текста: курс лекций. Санкт-Петербург : Издательство Санкт-Петербургского университета, 2003. 336 с.
261. Формановская Н. И. Размышления о единицах общения. *Русский язык за рубежом*. 2000. № 1. С. 56–63.
262. Формановская Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. Москва : Русский язык, 2002. 216 с.
263. Фролов Н. К. Избранные работы по языкознанию. Антропонимика. Русский язык и культура речи. 2005. Т 1. 509 с.

264. Фролова І. Є. Стратегія конфронтації в англomовному дискурсі: монографія. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2009. 344 с.
265. Хараман Н. О. Образ автора як текстотвірна категорія. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 8. Філологічні науки (мовознавство і літературознавство)*. 2014. Вип. 5. С. 224–229.
266. Харченко О. В. Американський дискурс комічного та його лінгвокогнітивні особливості. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов»*. 2010. № 897. С. 120–125.
267. Харченко О. В. Феномен комічного у комунікативному просторі США. Київ : МП Леся, 2014. 464 с.
268. Хасанова Д. М. Дискурс и текст в современной лингвистике. URL: http://www.pglu.ru/upload/iblock/61a/uch_2008_ii_00059.pdf (дата обращения: 26.05.2017).
269. Ходос І. О. Граматико-стилістичні особливості ідіодискурсу С. Фіцджеральда. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2014. № 4. С. 128–133. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvvnufm_2014_4_30 (дата звернення: 10.05.2017).
270. Худолей Н. В. Механизмы актуализации интертекстуальных связей в художественном тексте. *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*. 2015. № 11(61). Ч. II. С. 199–202.
271. Чотчаева М. Ю., Сосновский В. Т. Постмодернизм в культуре и литературе современности. *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2 : Филология и искусствоведение*. 2017. № 2(197). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/postmodernizm-v-kulture-i-literature-sovremennosti> (дата обращения: 04.01.2018).
272. Шаховский В. И. Эмоции: Долингвистика, лингвистика, лингвокультурология. Москва : Либроком, 2010. 128 с.

273. Шаховский В. И. Голос эмоций в языковом круге homo sentiens. Москва : Либроком, 2015. 144 с.
274. Шевченко І. С. Когнітивно-прагматичні дослідження дискурсу. *Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен*: монографія. Харків, 2005. С. 105–117.
275. Шевченко І. С. Дискурс и его категории. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов»*. 2011. № 973. С. 6–12.
276. Широкова И. А. Образ автора в художественном произведении: отражение отражаемого. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2014. № 23. С. 103–106.
277. Шишкина Л. И. Креативность и творчество: соотношение понятий. *История и культура. Управленческое консультирование*. 2015. № 4. С. 176–182.
278. Шпак О. В. Реалізація комунікативної категорії КОНТАКТ у сучасному англomовному дискурсі: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2015. 238 с.
279. Шпильман М. В. Коммуникативная стратегия «речевая маска» : на материале произведений А. и Б. Стругацких: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. Новосибирск, 2006. 229 с.
280. Шпильман М. В. Об особенностях использования языковой личностью разных типов речевых масок. *Уральский филологический вестник*. 2012. № 3. С. 78–82.
281. Щанкина Ю. И. Проблема смысла и новые приемы интерпретации в постмодернистском дискурсе. *Вестник Челябинского государственного педагогического университета*. 2012. № 10. С. 330–337.
282. Юдина Т. В. Категория напряженности и средства ее выражения : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки». Ленинград, 1990. 17 с.
283. Юдина Т. В. Категория напряженности текста как фактор воздействия на адресата. *Герценовские чтения*. 2003. С. 59–60.

284. Юрасова Ю. О. Авторская маска как элемент поэтики в произведениях английских неоромантиков. *Наукові записки*. 2010. Вип. 15. С. 361–364.
285. Яковлева Е. А., Ситникова Е. А. Речевая маска «шутник» в уфимском медиадискурсе. *Человек и язык в коммуникативном пространстве: материалы междунар. филол. чт.* (Красноярск, 26 мая 2013 г.). Красноярск, 2013. URL: <http://elib.sfu-kras.ru/handle/2311/20860> (дата обращения: 14.04.2018).
286. Ямчинская Т. И. Лингвокреативность интерлингвальных включений в художественный текст. *Сетевой научно-практический журнал*. 2014. С. 22–27.
287. Янкелевич М. С. Отражение личности автора в художественном произведении. *Известия Самарского научного центра РАН*. 2013. № 2-1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/otrazhenie-lichnosti-avtora-v-hudozhestvennom-proizvedenii> (дата обращения: 08.01.2018).
288. Alexander R. J. Aspects of Verbal Humour in English. Germany : G. Narr, 1997. 220 p.
289. Attardo S. Trends in European humor research : towards a text-model. *Humor*. 1988. 1(4). P. 349–369.
290. Attardo S. The analysis of humorous narratives. *Humor*. 1998. 11(3). P. 231–260.
291. Attardo S. Humorous Texts: A Semantic and Pragmatic Analysis. Berlin : Mouton de Gruyter, 2001. 256 p.
292. Attardo S. Semiotics and Pragmatics of Humour Communication. *Language and Linguistics Compass*. 2008. Vol. 2, Iss. 6. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1749-818X.2008.00107.x> (last accessed: 15.06.2018).
293. Attardo S. Preface: The General Theory of Verbal Humor, twenty years after. *Humour*. 2011. Vol. 24. № 2. P. 123–124.
294. Bartmiński J., Niebrzegowska-Bartmińska S. *Tekstologia*. Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2009. 382 p.
295. Berger A. A. Humour as a System of Communication. *It's a Funny Thing, Humour*. 1977. P. 403–406.

296. Bohm D. On Creativity. New York : Routledge, 2004. 192 p.
297. Brown G. Discourse Analysis. Cambridge : Cambridge University Press, 1983. 288 p.
298. Browne C. Postmodernism, Ideology and Rationality. *Revue Internationale de Philosophie*. 2010. № 251. P. 79–99. URL: <https://www.cairn.info/revue-internationale-de-philosophie-2010-1-page-79.htm> (last accessed: 13.02.2018).
299. Bucholts M. Language and Identity. A. *Companion to linguistic Antropology*. 2004. P. 369–394.
300. Buffon Discours sur le style. Nouvelle édition à l'usage des classes / ed. F. Hemon. Paris, 1894. 48 p.
301. Buller D. Communicating Emotions. Nonverbal Communication. The unspoken dialogue. Second edition. 1996. P. 271–296.
302. Burke M. Iconicity and literary emotion. *European Journal of English Studies*. 2001. Vol. 5. No. 1. P. 31–46.
303. Chiaro D. The Language of Jokes: Analyzing Verbal Play. London : Routledge, 1992. 144 p.
304. Daneš F. Functional Sentence Perspective and the Organization of the Text. *Papers of Functional Sentence Perspective*. Prague, 1974. P. 106–128.
305. Daneš F. Cognition and Emotion in the Discourse Interaction: A Preliminary Survey of the Field. *Preprints of the Plenary Session Papers: Papers of the XIV International Congress of Linguists Organized under Auspices of CIPL* (Berlin, 10–15 Aug. 1987). Berlin, 1987. P. 272–291.
306. Daneš. F. Prague School Functionalism as a Precursor of Text Linguistics. *Cahiers de l'ILSL*, № 5. 1994. P. 117–126. URL: <http://crecleco.seriot.ch/colloques/94CLP/Danes.pdf> (last accessed: 05.08.2018).
307. Dejica D., Cozma C-M. Using Theme-Rheme Analysis for Improving Coherence and Cohesion in Target-Texts. A *Methodological Approach*. *Procedia –Social and Behavioral Sciences*. 2013. Vol. 84. P. 890–894. DOI: 10.1016/j.sbspro.2013.06.668.

308. Dijk T. A. van Text and Context: Exploration in the Semantics and Pragmatics of Discourse. London: Longman, 1977. 261 p.
309. Dijk T. A. van. Discourse, Context and Cognition. URL: <http://www.discourse-in-society.org/teun.html> (last accessed: 2.02.2018).
310. Dijk T. A. van. From Text Grammar to Critical Discourse Analysis. A Brief Academic Autobiography. URL: <http://www.discourse-in-society.org/teun.html> (last accessed: 12.10.2017).
311. Downing A. An Alternative Approach to Theme: A Systemic Functional Perspective. *Word*. 1991. 42(2). P. 119–143. DOI: 10.1080/00437956.1991.11435835.
312. Fine G. A. Humour and Communication. *It's a Funny Thing, Humour*. 1977. P. 329–334.
313. Frow J. What Was Postmodernism? *Past the Last Post: Theorizing Post-Colonialism and Post-Moderism*. Calgary, 1990. P. 139–159.
314. Gee J. P. An Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method. Routledge, 1999. 176 p.
315. Halliday M. A. K. Exploration in the Functions of Language. London: Edward Arnold, 1973. 173 p.
316. Hassan I. Toward a Concept of Postmodernism (From The Postmodern). Turn, 1987. URL: <http://faculty.georgetown.edu/irvinem/theory/HassanPoMo.pdf> (last accessed: 13.02.2018).
317. Hodges A. Intertextuality in Discourse. *The Handbook of Discourse Analysis. Second Edition*. 2015. Vol. 1. P. 42–60. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781118584194.ch2> (last accessed: 24.05.2018).
318. Hutcheon L. Discourse, Power, Ideology: Humanism and Postmodernism. URL: <https://tspace.library.utoronto.ca/bitstream/1807/4354/4/discourse,%20power,%20ideology.pdf> (last accessed: 13.02.2018).
319. Ifversen J. Text, Discourse, Concept: Approaches to Textual Analysis. *Kontur*. 2003. № 7. P. 60–69.

320. Jakobson R. Linguistics and Poetics. 1960. URL: https://pure.mpg.de/rest/items/item_2350615/component/file_2350614/content (last accessed: 05.08.2018).
321. Jones R. Discourse and Creativity. London : Routledge, 2012. 264 p.
322. Kane T. R. Humor as a Tool of Social Interaction. *It's a Funny Thing, Humour*. 1977. P. 13–16.
323. Kang J. A Functional Approach to the Status of Theme and Textual Development. *Theory and Practice in Language Studies*. 2016. Vol. 6. №. 5. P. 1053–1059. DOI: 10.17507/tpls.0605.20.
324. Karasik V. I., Gillespie. D. Discourse Personality Types. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2014. № 154. P. 23–29.
325. Katz E. A Pragmatic Reconsideration of Anthropocentrism. *Environmental Ethics*. 1999. Vol. 21(4). P. 377–390. URL: <http://www.mv.helsinki.fi/home/mekoskim/Eric%20Katz%20EE.pdf> (last accessed: 5.03.2018).
326. Katz S. How to Speak and Write Postmodern. *Forum*. 2012. P. 88–91. URL: <https://openjournals.library.sydney.edu.au/index.php/ART/article/viewFile/5574/6242> (last accessed: 13.02.2018).
327. Knapp M. L. Nonverbal Communication in Human Interaction. New York : Holt, Rinehart & Winston, 1978. 212 p.
328. Kobyakova I. K. Implementation of Linguocreative Function in Jokes. *GISAP: Philological Sciences*. 2015. № 8. P. 23–25. DOI: <http://dx.doi.org/10.18007/gisap:ps.v0i8.952>.
329. Kobyakova I. K. Communicative Behavior: Gender Aspect. *Філологічні працямі*. 2018. Том 10, № 3. С. 49–52. DOI: [https://doi.org/10.21272/Ftrk.2018.10\(3\)-08](https://doi.org/10.21272/Ftrk.2018.10(3)-08).
330. Kristeva J. Bakhtine, le Mot, le Dialogue et le Roman. *Critique Paris*. 1967. № 23. P. 434–443.
331. Kuznietsova O. Creolized Book Cover as an Element of Dave Barry's Comic Idiodiscourse. Papers of the 8th Łódź Symposium: *New Developments in Linguistic Pragmatics* (Łódź, 15–17 May 2017). Łódź, 2017. P. 73–74.

332. Kuznietsova O. V. The Role of the Creolized Text in Dave Barry's Comic Idiodiscourse. *Science and Education a New Dimension. Philology*. Budapest, 2017. Vol. 41, Issue 145. P. 21–23.
333. Lee V. About the Subject of the Anthropocentric Paradigm in Modern Linguistics. DOI: 10.18007/gisap:ps.v0i11.1485.
334. Milner G. B. Homo Ridens: Towards a Semiotic Theory of Humor and Laughter. *Semiotica*. 1972. № 5. P. 1–30.
335. Nash W. The Language of Humour : Style and Technique in Comic Discourse. New York : Longman, 1985. 326 p.
336. Norrick N. Intertextuality in Humour. *Humor*. 1989. 2(2). P. 117–139.
337. Norrick N. R. Non-verbal Humor and Joke Performance. *Humor*. 2004. 17(4). P. 23–48.
338. Nunan D. Introducing Discourse Analysis. London : Penguin English, 1993. 134 p.
339. Patterson H. L. A Fundamental Approach to Nonverbal Exchange. *Fundamentals of Nonverbal Behavior*. New York : Plenum, 1991. 176 p.
340. Pope R. Creativity: Theory, History, Practice. London and NewYork : Psychology Press, 2005. 302 p.
341. Prykhodko A., Khodos I. Cognitive-communicative Space of F. S. Fitzgerald's Idiodiscourse. *American Journal of Philology*. 2017. Vol. 138. № 4(2) (Whole Number 552). P. 1056–1064.
342. Riffaterre M. La Production du Text. Paris : Seuil, 1979. 496 p.
343. Riffaterre M. The Making of the Text. *Identity of the Literary Text* /ed. M. J. Valdes and O. Miller. London : University of Toronto, 1985. P. 54–70.
344. Ruch W., Attardo S., Raskin V. Towards an empirical verification of the General Theory of Verbal Humor. *Humor*. 1993. 6-2. P. 123–136.
345. Samokhina V., Pasynok V. Anthroponymic World in the Text of the Anglophone Joke. *Lege Artis. Language Yesterday, Today, Tomorrow*. 2017. Vol. II(2). P. 284–355.

346. Schegloff E. Repair after Next Turn: The last structurally provided defense of intersubjectivity in conversation. *American Journal of Sociology*. 1992. Vol. 97. № 5. P. 1295–1345.
347. Searle J. R. Conversation. *Searle on Conversation*. 1992. P. 7–29.
348. Shanti E. Carnival and Dialogue in Bakhtin's Poetics of Folklore. *Folklore Forum*. 1999. 30(1/2). P. 129–139. URL: <http://hdl.handle.net/2022/2327> (last accessed: 18.04.2018).
349. Shiffrin D. Approaches to Discourse. Oxford : Cambridge, 1994. 470 c.
350. Shiota M. N. Positive Emotion and the Regulation of Interpersonal Relationships. *The Regulation of Emotion*. 2004. P. 127–155.
351. Silverman H. I. Postmodernism, Language, and Textuality Part I. *Phenomenology + Pedagogy*. 1986. Vol. 4. № 1. URL: <https://journals.library.ualberta.ca/pandp/index.php/pandp/article/view/15002> (last accessed: 13.02.2018).
352. Stenstrom A. An Introduction to Spoken Interaction. London : Longman, 1994. 238 p.
353. Stubbs M. Discourse Analysis : The sociolinguistic analysis of natural language. Oxford : Blackwell, 1983. 272 p.
354. Terec-Vlad L., Trifu A. Postmodernism as Discourse from Foucault to Habermas. *International Letters of Social and Humanistic Sciences Online*. 2015. Vol. 57. P. 106–109. DOI: 10.18052/www.scipress.com/ILSHS.57.106.
355. Torrance E. P. Guiding Creative Talent. *Englewood cliffs*. 1962. P. 33–65. DOI: 10.1037/13134-000.
356. Turner M., Fauconnier G. A Mechanism of Creativity. *Poetics Today*. 1999. Vol. 20. No. 3. P. 397–418.
357. Tyurkan (Belichenko) E. Holistic Linguistics: Anthropocentric Foundations and the Functional-Cognitive Paradigm. *Prague Journal of English Studies*. 2015. Vol. 4. № 1. P. 125–156. DOI: 10.1515/pjes-2015-0008.
358. Vasylieva O. Peculiarities of Language Personality Structuring. *Traektoriâ Nauki*. 2016. Vol. 2. № 12. P. 414–417. URL: <http://oaji.net/articles/2017/3992-1484307177.pdf> (last accessed: 18.04.2018).

359. Wierzbicka A. Emotions across Languages and Cultures. Diversity and Universals. Cambridge : Cambridge University Press, 1999. 349 p.
360. Zuckerman M. Verbal and Nonverbal Communication of Deception. *Advances in Experimental Social Psychology*. 1981. Vol. 14. P. 1–59.

СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ

361. Болотнова Н. С. Коммуникативная стилистика текста: словарь-тезаурус Москва : Флинта, 2012. 384 с.
362. Васильева Н. В. Краткий словарь лингвистических терминов / отв. ред. чл.-корр. РАН Ю. Н. Караулов. Москва : Русский язык, 1996. 175 с.
363. Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. Изд. 5-е. Назрань : Пилигрим, 2010. 486 с.
364. Культура русской речи: Энцикл. слов.-справ. Москва : Флинта: Наука, 2003. 840 с.
365. Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцевой. Москва : Советская энциклопедия, 1990. 682 с. URL: <http://lingvisticheskiy-slovar.ru/>
366. Психологічна енциклопедія / авт.-упоряд. О. М. Степанов. Київ : Академвидав, 2006. 424 с.
367. Психолого-педагогический словарь / авт.-сост. Е. С. Рапацевич; гл. ред. А. П. Астахов. Минск : Изд-во РУДН, 2006. 928 с.
368. Словник української мови: у 11 т. Київ : Наукова думка, 1973. Т. 4. (І-М). 840 с.
369. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. Изд. 2-е. Москва : Флинта: Наука, 2006. 696 с.
370. Толковый словарь Ожегова. URL: <http://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=7393>.

371. Энциклопедический словарь-справочник: Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочеты / под ред. А. П. Сковородникова. Изд. 2-е. Москва : Русский язык, 2009. 479 с.
372. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцевой. Москва : Большая российская энциклопедия, 1998. 685 с.
373. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/>
374. Longman Dictionary of Contemporary English Online. URL: <https://www.ldoceonline.com/>
375. Oxford Learner's Dictionary. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>
376. The Free Dictionary. URL: <https://www.thefreedictionary.com/>
377. The Sword in the Stone: a King Arthur Legend of the Sword Story. URL: <https://www.storiestogrowby.org/story/king-arthur-and-the-legend-of-the-sword-in-the-stone-stories-for-kids/>
378. Urban Dictionary. URL: <http://www.urbandictionary.com/>

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. 3 Hour Interview With Pulitzer Prize winning Author Dave Barry. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=MCiVJeT3YNI&index=1&list=WL>.
2. Author Satirist Dave Barry, Jan 25 2018. URL: <https://www.c-span.org/video/?438587-3/author-satirist-dave-barry>.
3. Barry D. Dave Barry Does Japan. New York : Ballantine Books, 1992. 224 p.
4. Barry D. Dave Barry in Cyberspace. New York : Ballantine Books, 1996. 215 p.
5. Barry D. Dave Barry is From Mars and Venus. New York : Ballantine Books, 1997. 269 p.
6. Barry D. Dave Barry is Not Making This Up. New York : Ballantine Books, 1994. 244 p.
7. Barry D. Dave Barry Slept Here: A Sort of History of the United States. New York : Ballantine Books, 1989. 175 p.
8. Barry D. Dave Barry Turns 50. New York : Ballantine Books, 1998. 218 p.

9. Barry D. Dave Barry's Book of Bad Songs. Kansas City : Andrews McMeel Publishing books, 1997. 112 p.
10. Barry D. Dave Barry's Greatest Hits. New York : Ballantine Books, 1989. 287 p.
11. Barry D. Dave Barry's Homes and Other Black Holes. New York : Ballantine Books, 1988. 208 p.
12. Barry D. Dave Barry's Only Travel Guide You'll Ever Need. New York : Ballantine Books, 1999. 192 p.
13. Barry D. Dave Barry's Guide to Marriage and/or Sex. URL: https://www.e-reading.club/chapter.php/79500/2/Barry_Guide_To_Marriage_And_Or_Sex.html.
14. Barry D. I'll Mature When I'm Dead: Dave Barry's Amazing Tales of Adulthood. New York : Berkley Books, 2010. 272 p.
15. Barry D. Live Right and Find Happiness (Although Beer is Much Faster): life lessons and other ravings from D. Barry. New York : G. P. Putnam's Sons, 2015. 225 p.
16. Barry D. You Can Date Boys When You're Forty: Dave Barry on Parenting and Other Topics He Knows Very Little About. New York : Berkley Books, 2014. 224 p.
17. Dave Barry – Rancho Mirage Writers Festival 2016. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CZmGc2Jmd64>.
18. Dave Barry | Talks at Google. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dADfaRbEgqQ>.
19. Dave Barry "You Can Date Boys When You're Forty". URL: <https://www.youtube.com/watch?v=F1u7RNomj58&t=2000s>.
20. Dave Barry Facebook Account. URL: <https://www.facebook.com/Funny-Dave-Barry/videos/10152247175447370/>
21. Dave Barry Facebook Account. URL: <https://www.facebook.com/Funny-Dave-Barry/?rf=109533815739310>.
22. Dave Barry in conversation with Alan Zweibel at Live Talks Los Angeles. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jnGLn9K1Ve4>.

23. Dave Barry interview (1999). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=BHuUhaQkfwY>.
24. Dave Barry offers advice to college students. URL: <https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=HcQaAUUwdQo>.
25. Dave Barry on “Twilight” and Uncomfortable Medical Procedures. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vrhiNHsV1jY>.
26. Dave Barry on Best State Ever: A Florida Man Defends His Homeland | 2016 Miami Book Fair. URL: https://www.youtube.com/watch?v=8h2CXQWkYE&index=4&list=PLTMAyn001vY8M4U61hFk7uHyHHEg7q3E_.
27. Dave Barry on The Late Late Show. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=KJDZRJCHYuE&list=WL&index=8>.
28. Dave Barry, “Best. State. Ever”. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=R1aadL2P4Y4&list=WL&index=1>.
29. Dave Barry, “Live Right and Find Happiness (Although Beer is Much Faster)”. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9srOZmtiAL0&t=2615s>.
30. Dave Barry, pt. 1: UM Commencement 2006. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=mg9fgiWCgBk>.
31. Dave Barry: “Live Right and Find Happiness” Talks at Google. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fU3S8EEtFc&list=WL&index=1>.
32. Dave Barry’s Amazing Tales of Adulthood. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kJXcSj3Q25U>.
33. Episode 100 – Interview with Dave Barry (Part 1). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=aT9Wpb8fBkA>.
34. Episode 100 – Interview with Dave Barry (Part 2). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=n2wvpwhL-U4>.
35. Goodreads. URL: https://www.goodreads.com/book/show/113016.Dave_Barry_Is_Not_Making_This_Up.
36. Humorist Dave Barry, Tips for travel with kids/Very funny! URL: <https://www.youtube.com/watch?v=p2tOeQTZTJA>.

37. Late Late Show with Craig Ferguson 8/10/2010 David Duchovny, Dave Barry. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LIuLOWUaUPA>.
38. Late Late Show with Craig Ferguson 8/6/2012 Stephen King, Dave Barry, The Rock Bottom Remainde. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=oalEBY2VL08&t=1698s>.
39. Real Time with Bill Maher : Dave Barry – Free Range Parenting (HBO). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=rGmY-SwT37g>.
40. Review: Best. State. Ever. by Dave Barry. URL: https://www.youtube.com/watch?v=7_9c7lQTDVs.

ДОДАТОК А
ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ ФУНКЦІЙ ПОСТМОДЕРНІСТСЬКОГО КОМІЧНОГО ІДІОДИСКУРСУ
ДЕЙВА БАРРІ

Таблиця А.1.

Частотність використання функцій постмодерністського комічного ідіодискурсу Дейва Баррі

Функція	Форма прояву	Частотність використання в межах комічного ідіодискурсу Дейва Баррі	Цілі	Мовні засоби
Макрофункція				
Комунікативна	діалогічність	100%	1. розсмішити; 2. налагодити контакт із адресатом; 3. підтримати контакт із адресатом;	<ul style="list-style-type: none"> ➤ гістеропротерон ➤ інтертекстуальні включення ➤ іронія ➤ парадокс ➤ перифраз ➤ порівняння ➤ сарказм ➤ стилізація

Продовження таблиці А.1.

Функція	Форма прояву	Частотність використання в межах комічного ідіодискурсу Дейва Баррі	Цілі	Мовні засоби
Мікрофункція				
Емоційно- експресивна	оцінка <ul style="list-style-type: none"> • позитивна • негативна 	35,3%	1. розсмішити; 2. надати суб'єктивну оцінку; 3. виразити емоції;	<ul style="list-style-type: none"> ➤ іронія ➤ капіталізація ➤ лексичні повтори ➤ неологізм ➤ порівняння ➤ сарказм
Темо- перемикальна	тематичне варіювання	30,9%	1. розсмішити; 2. показати високий рівень інтелекту;	<ul style="list-style-type: none"> ➤ інтертекстуальні включення ➤ порівняння ➤ стилізація
Критична	самокритика/ критика	22,6%	1. розсмішити; 2. проявити критичність суджень; 3. висловити власну точку зору;	<ul style="list-style-type: none"> ➤ гіпербола ➤ інтертекстуальні включення ➤ іронія ➤ порівняння ➤ сарказм

Продовження таблиці А.1.

Функція	Форма прояву	Частотність використання в межах комічного ідіодискурсу Дейва Баррі	Цілі	Мовні засоби
Мікрофункція				
Детабуїзації	табуйовані теми, обсценна лексика	11,2%	1. розсмішити; 2. створити невимушену атмосферу спілкування; 2. звільнитись від моральних обмежень;	➤ інтертекстуальні включення ➤ іронія ➤ сарказм

ДОДАТОК Б

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації

1. Кузнєцова О. В. Ідіодискурс Дейва Баррі в антропоцентричній парадигмі сьогодення. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «філологічна». 2016. Вип. 61. С. 259–261.
2. Кузнєцова О. В. Тема-рематична прогресія як когнітивний механізм комічного. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2017. Вип. 86. С. 118–124.
3. Кузнєцова О. В. Мовленнєва маска як засіб перевтілення автора комічного ідіодискурсу. *Філологічні трактати*. 2017. Т. 9. №4. С. 46–54.
4. Самохіна В. О., **Кузнєцова О. В.** Ідіодискурс як прояв лінгвокреативного мислення автора в карнавальній свідомості (на матеріалі художніх текстів американського письменника Дейва Баррі). *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*. 2017. Вип. 16. С. 207–217. (Особистий внесок здобувача полягає в опрацюванні та систематизації фактичного та ілюстративного матеріалів)
5. Кузнєцова О. В. Реалізація комунікативної функції у комічному ідіодискурсі Д. Баррі. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2018. Вип. 87. С. 114–120.

Наукова праця в зарубіжному спеціалізованому виданні

6. Kuznietsova O. V. The Role of the Creolized Text in Dave Barry's Comic Idiodiscourse. *Science and Education a New Dimension. Philology*. Budapest, 2017. Vol. 41, Issue 145. P. 21–23.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

7. Кузнєцова О. В. Полістилістичний бриколаж у постмодерністській свідомості. *Сучасна англістика: до 85-річчя кафедри англійської філології*: матеріали VI міжнар. наук. форуму (Харків, 23 вересня 2015 р.). Харків, 2015. С. 60–62.
8. Кузнєцова О. В. Креативність як невід’ємна риса карнавального дискурсу. *Сучасна іноземна філологія: дослідницький потенціал*: матеріали VII міжнар. наук. форуму (Харків, 23 листопада 2016 р.). Харків, 2016. С. 87–89.
9. Кузнєцова О. В. Комічний ідіодискурс творчої особистості Дейва Баррі. *Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація*: матеріали XVI наук. конф. з міжнар. участю (Харків, 3 лютого 2017 р.). Харків, 2017. С. 61–62.
10. Kuznietsova O. Creolized Book Cover as an Element of Dave Barry’s Comic Idiodiscourse. *Papers of the 8th Łódź Symposium: New Developments in Linguistic Pragmatics* (Łódź, 15–17 May 2017). Łódź, 2017. P. 73–74.
11. Самохіна В. О., **Кузнєцова О. В.** Лінгвокреативність автора в карнавальній свідомості. *Світ мови – світ у мові*: матеріали IV міжнар. наук. конф. (Київ, 26–27 жовтня 2017 р.). Київ, 2017. С. 161–163. *(Особистий внесок здобувача полягає в зборі та аналізі фактичного матеріалу)*
12. Кузнєцова О. В. Мовленнєва маска як механізм створення образу автора. *Науковий потенціал та перспективи розвитку філологічних наук*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 8–9 грудня 2017 р.). Київ, 2017. С. 84–86.
13. Кузнєцова О. В. Функціональна природа тема-рематичної прогресії в комічному художньому тексті. *Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація*: матеріали XVII наук. конф. з міжнар. участю (Харків, 2 лютого 2018 р.). Харків, 2018. С. 82–83.
14. Кузнєцова О. В. Роль комунікативної функції у діалогічній організації комічного ідіодискурсу Д. Баррі. *Комунікація у сучасному соціумі*: матеріали II міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 8 червня 2018 р.). Львів, 2018. С. 25–26.

15. Кузнєцова О. В. Стилiзацiя як iнтертекстуальний елемент у структурi комiчних художнiх текстiв Дейва Баррi. *Сучасна германiстика: науковi дискусiї: матерiали VIII мiжнар. наук. форуму* (Харкiв, 23 жовтня 2018 р.). Харкiв, 2018. С. 65–67.

16. Кузнєцова О. В. Фактор адресата у комiчному iдiодискурсі Дейва Баррi. *Каразiнськi читання: Людина. Мова. Комунiкацiя: матерiали XVIII наук. конф. з мiжнар. участю* (Харкiв, 1 лютого 2019 р.). Харкiв, 2019. С. 78–80.